

Règlement Local de Publicité

Pièce n°1 : Rapport de présentation

Délibération de prescription de la révision du RLP : 28/06/2019
Délibération sur le débat des orientations : 27/09/2019
Délibération d'arrêt du RLP : 13/12/2019
Enquête publique : du 14/09/2020 au 14/10/2020
Délibération d'approbation : 18/12/2020

Chapitre 1 : Préambule - Cadre et définitions	4
I. Contexte législatif et réglementaire	4
II. Le zonage du RLP	5
III. Pourquoi réviser le RLP sur la commune de Torcy	6
IV. Contenu du RLP	7
V. Les principales définitions.....	8
Chapitre 2 : Contexte territorial	13
I. Démographie.....	13
II. Paysage et patrimoine	14
III. Réseau viaire	19
IV. Voies ferrées.....	19
Chapitre 3 : Le cadre règlementaire de la commune de Torcy	20
I. Le seuil démographique d’agglomération	20
II. Les périmètres environnementaux et urbains.....	21
1. Le périmètre d’agglomération.....	21
2. Les périmètres environnementaux réglementaires	23
3. Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains	23
4. Les abords des autoroutes, voies express, déviation	25
Chapitre 4 : Le RLP de 2005	26
Chapitre 5 : Diagnostic publicitaire du territoire	29
I. Méthodologie pour le recensement.....	29
II. Synthèse cartographique et statistique.....	30
1. Données générales	30
2. Publicités et pré-enseignes	30
3. Les enseignes.....	35
III. Secteurs à enjeux.....	38
1. Polarités commerciales de proximité	38
2. Centres commerciaux Bay 1 et Bienvenue.....	40
3. Axes structurants.....	41
4. Espaces de nature et secteurs résidentiels.....	42
Chapitre 6 : Orientations	44
Chapitre 7 : Justification des choix retenus.....	48
I. Motifs de délimitation du zonage	48
II. Choix retenus pour la partie réglementaire.....	50

1. Réglementation des publicités et pré-enseignes	50
2. Réglementation des enseignes.....	56

Chapitre 1 : Préambule - Cadre et définitions

I. Contexte législatif et réglementaire

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13 juillet 2015.

Type de dispositif et date d'installation	opposabilité du RNP
Publicité ou enseigne installée après le 1 ^{er} juillet 2012	Immédiatement
Publicité installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	13 juillet 2015
Enseigne installée avant le 1 ^{er} juillet 2012*	1 ^{er} juillet 2018
Préenseigne dérogatoire	13 juillet 2015

Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.

Mise en conformité des dispositifs avec la RNP (décret du 30/01/2012 applicable depuis le 01/07/2012)



- Suppression des préenseignes dérogatoires qui ne sont plus concernées par cette dénomination (activités utiles aux personnes en déplacements, activités signalant des services de secours, activités en retrait de la voie publique)
- Mise en conformité des publicités et préenseignes installées avant le 01/07/2012
- Mise en conformité des enseignes installées avant le 01/07/2012
- Application des règles d'extinction nocturne des dispositifs lumineux (enseignes et publicités) dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants.

Entrée en vigueur du RLP dès sa publication.

Mise en conformité des dispositifs existants avec le RLP dans un délai de :

6 ans pour les enseignes pré-existantes

2 ans pour les publicités et pré-enseignes pré-existantes

II. Le zonage du RLP

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

III. Pourquoi réviser le RLP sur la commune de Torcy

La commune de Torcy possède un RLP approuvé en 2001 et modifié en 2005. Ce document a permis, suite à sa mise en place, une dé-densification des dispositifs publicitaires que la commune souhaite poursuivre par la révision du document.

Concernant les enseignes, le RLP dans ses formulations parfois trop précises, n'a pas permis de réelle amélioration de leur qualité. Par la révision du document, l'objectif est donc bien d'aboutir à une harmonisation des enseignes par la définition de règles plus compréhensibles et faciles à instruire.

Les objectifs poursuivis pour l'élaboration du RLP de la commune de Torcy sont les suivants :

- **Adapter les zones de publicité aux évolutions urbaines intervenues depuis la dernière modification du RLP en 2005**
 - Sur le site de Bay 1, de nouveaux établissements d'envergure se sont installés comme un bowling, une salle de fitness ou un supermarché drive, dont la signalétique n'avait de fait pas été prévue.
 - Une ancienne imprimerie dans la zone industrielle a laissé la place à un centre commercial. La ZAI a été entièrement requalifiée, de nouveaux secteurs de commerces de proximité ont vu le jour. La révision du RLP doit prendre en compte ces changements du tissu économique.
- **Favoriser la qualité des enseignes en particulier sur le commerce de proximité :**
 - La Ville souhaite adapter le règlement pour accompagner les commerçants vers une prise en compte plus qualitative des enseignes dans la conception des devantures.
- **Permettre une meilleure adaptation des types d'enseignes en fonction des formes urbaines et architecturales :**
 - Le règlement actuel prescrit des surfaces et des dimensions par enseigne sur des secteurs très larges, sans prise en compte des spécificités architecturales et de la composition des façades. La Ville souhaite que le nouveau règlement prenne mieux en compte cette problématique.
- **Tenir compte des spécificités entre le commerce de proximité, les centres commerciaux et les secteurs d'activités :**
 - Cette approche était déjà amorcée dans le précédent règlement. La Ville souhaite conforter et affiner cette démarche afin que le règlement soit adapté au tissu économique.
- **Accompagner les dispositions du PLU en matière de protection du centre ancien :**
 - Le PLU approuvé en mars 2017 a créé une zone UCH spécifique au centre ancien et a permis la protection d'un certain nombre de bâtiments. Le futur RLP doit poursuivre cette démarche en ce qui concerne les devantures.
 - Une harmonisation des dispositifs serait en particulier intéressante de même que la prise en compte des différents types de bâtis.

- **Encadrer l'utilisation des nouvelles technologies dans les dispositifs d'enseigne et de publicité :**
 - Depuis la dernière modification du RLP, de nouveaux dispositifs sont apparus qu'il convient d'étudier dans le cadre du futur règlement et notamment les éclairages par LED et les supports vidéo...
- **Conforter la politique de réduction des dispositifs publicitaires et des pré-enseignes :**
 - Lors de l'élaboration du précédent RLP, la Ville a fait le choix de limiter très fortement le nombre de dispositifs publicitaires ainsi que de lutter contre la multiplication des pré enseignes. La commune souhaite poursuivre dans cette voie.
- **Lutter contre la pollution lumineuse :**
 - la Ville souhaite aborder dans le nouveau RLP la question des éclairages en fonction des secteurs de la commune.

IV.Contenu du RLP

Le Règlement Local de Publicité se compose de trois documents :

- un **rapport de présentation** qui s'appuie sur un diagnostic, définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus
- un **règlement** détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone
- des **annexes** : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLP et les limites de l'agglomération fixées par le maire sont également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites.

V. Les principales définitions

Enseigne : toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce.



Enseignes sur l'agglomération

! Tous les dispositifs situés sur l'unité foncière où s'exerce l'activité sont à considérer comme des enseignes

Pré-enseigne : toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble ou s'exerce l'activité déterminée.



Pré-enseignes sur l'agglomération

! En agglomération, les pré-enseignes sont soumises aux règles qui régissent la publicité

Préenseigne dérogatoire :

La notion de dispositifs dérogatoires a évolué avec la réforme de l'affichage publicitaire de 2012. Ces dispositifs ne concernent plus que les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques ouverts à la visite, ainsi que les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L.581-20 du code de l'environnement.

Publicité : toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



Publicités sur l'agglomération

Dispositifs temporaires (enseignes ou pré-enseignes)

- signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois.
- installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissements, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que des enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.



Publicités temporaires sur l'agglomération

Autres dispositifs ne relevant pas du RLP :

- ✓ Panneaux d'information communaux
- ✓ Panneaux d'affichage libre pour les associations à but non lucratif
- ✓ Signalétique d'Information Locale (SIL)



Panneau d'information



Affichage libre



SIL

Chapitre 2 : Contexte territorial

I. Démographie

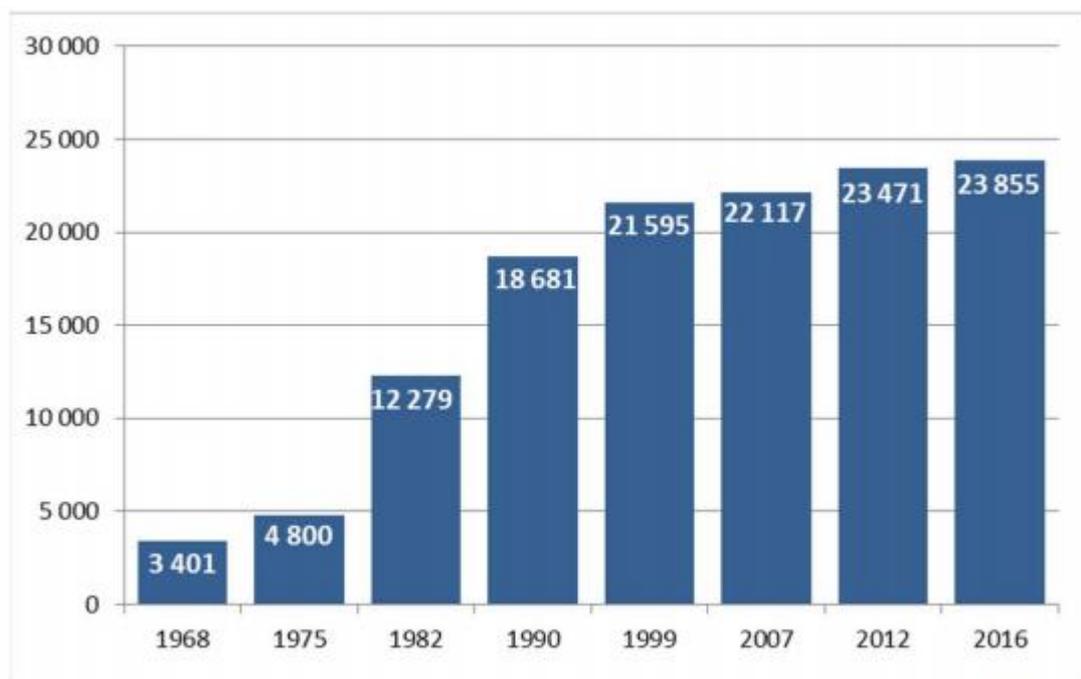
La commune de Torcy s'étend sur 615 hectares pour une population de 23 791 habitants en 2017.

Située à environ 30 km de Paris, il s'agit d'un ancien village rural ayant connu une urbanisation accélérée du fait de son appartenance à la « Ville Nouvelle » de Marne-la-Vallée.

Le développement urbain des années 70-80 a ainsi transformé le village de Torcy. Cette mutation a conduit à une très forte augmentation de la population. En quinze ans, la ville a presque vu sa population quadrupler.

Aujourd'hui, la commune étant presque entièrement urbanisée, les possibilités de construction sont plus limitées, ce qui conduit à une stabilisation du nombre d'habitants.

Evolution de la population :

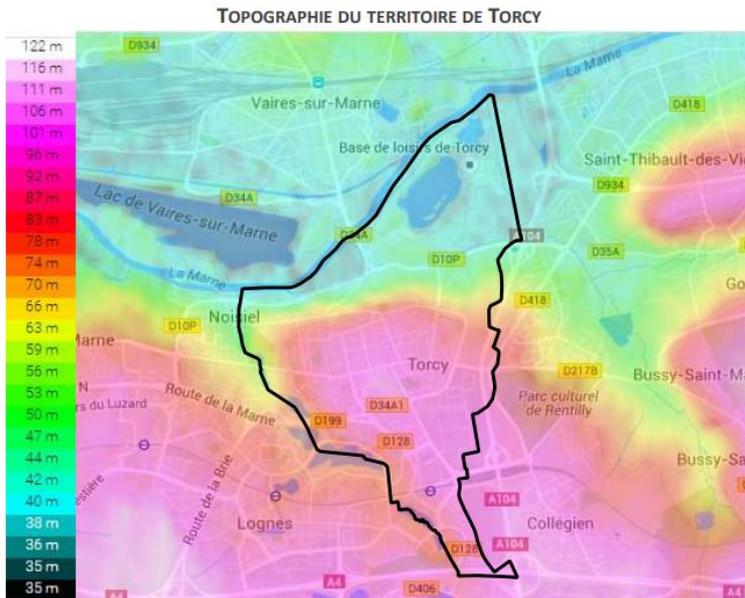


Source : INSEE

Majoritairement résidentielle, la commune possède une zone industrielle dans sa partie Sud-Est et une zone commerciale à proximité de la gare RER.

II. Paysage et patrimoine

La commune de Torcy se situe sur le plateau de Brie. La Marne, au Nord de la commune, crée un réseau hydrique particulier, source de biodiversité. Deux ZNIEFF protègent ainsi toute la partie Nord de la commune.



Cette situation en plateau offre peu de déclivité et donc peu de points de vues particuliers. Ce sont les infrastructures routières et ferroviaires qui créent ponctuellement des ouvertures. Le point le plus haut du territoire est notamment l'ex Voie Primaire Nord.

Les espaces naturels (notamment présents au Nord de la commune au niveau de la vallée de la Marne et le long de la chaîne des lacs) représentent 18% du territoire. Ils constituent des espaces privilégiés pour la qualité paysagère et la qualité de vie de Torcy.

Le PLU de la commune identifie plusieurs types d'habitats liés à des périodes de constructions variées. Cela crée aujourd'hui une certaine diversité, propice à l'installation de typologies familiales variées.

Le centre-ville, ancien village, est constitué de bâti en bande de faible hauteur relativement dense et à proximité immédiate de cellules commerciales.

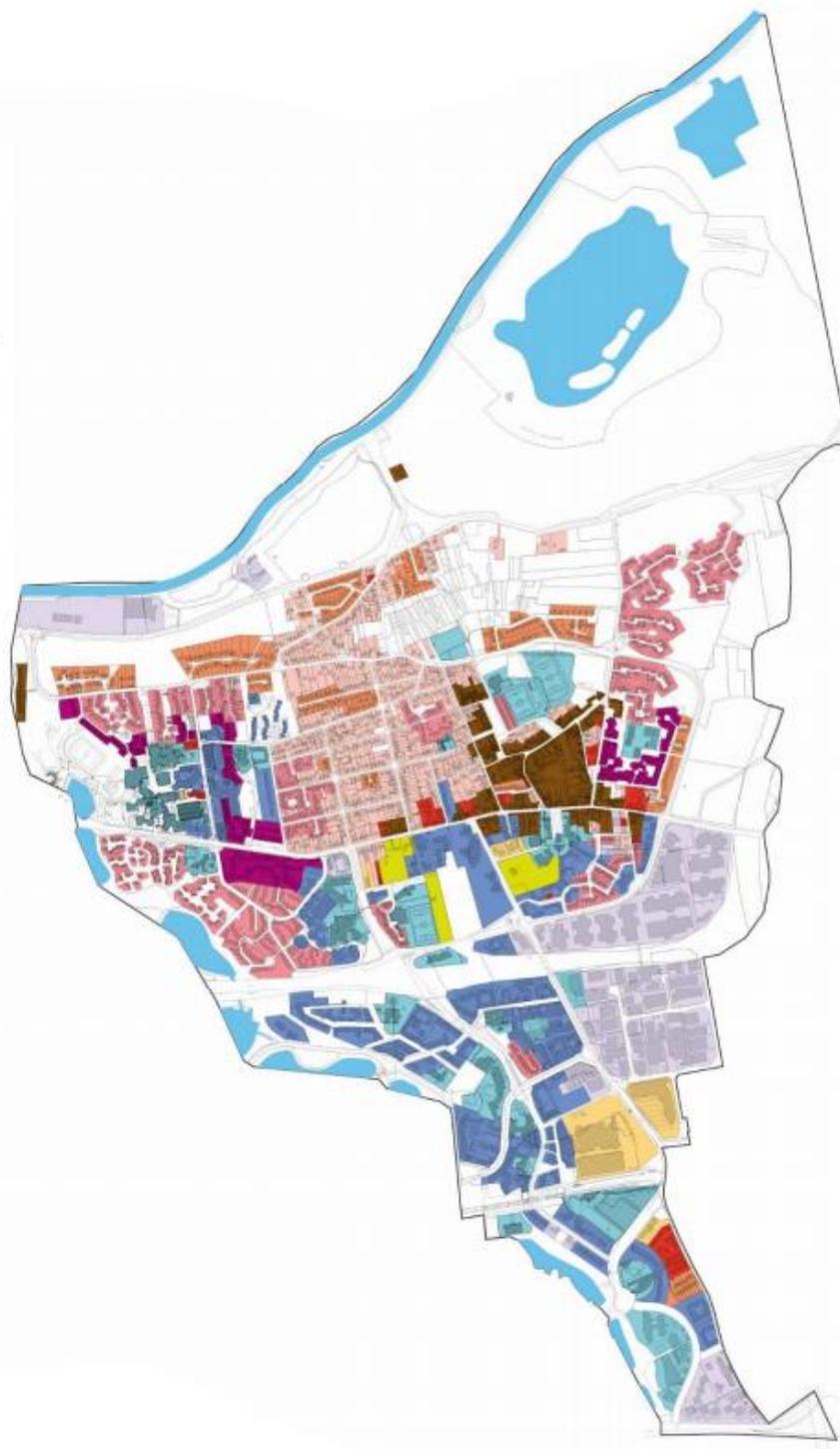
Les années 1930 ont été propices au développement de maisons individuelles, à proximité immédiate du centre-ville, offrant architecture variée et parcelles de jardins.

Les années 70-80 ont quant à elles vu se développer des opérations immobilières constituées de maisons individuelles plutôt denses, ainsi que de petits collectifs.

Dernièrement, deux types d'habitats aux antipodes ont également vu le jour : les maisons individuelles isolées et le collectif de centre-ville de hauteur mesurée (R+3).

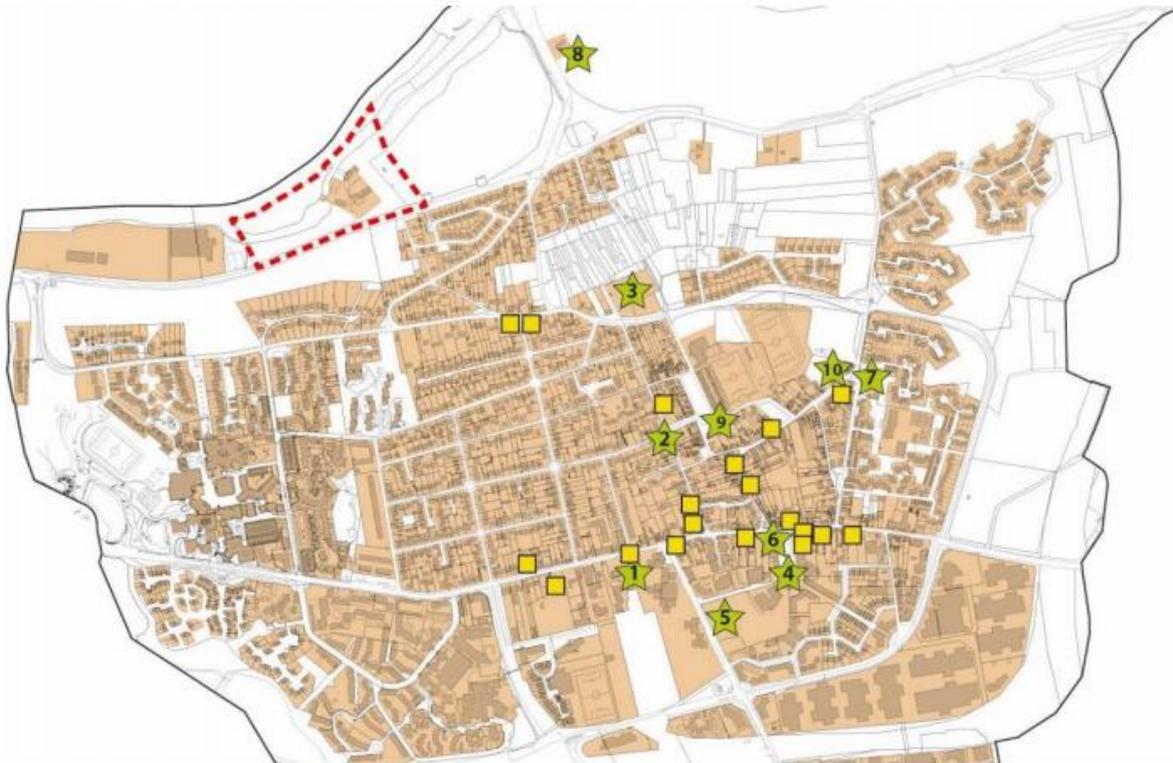
Toutes ces typologies organisées autour de l'ancien village ont peu à peu façonné un paysage urbain riche capable d'offrir des typologies de logements variées.

-  Bâti de village traditionnel
-  Individuel spontané
-  Individuel organisé groupé
-  Individuel organisé
-  Grand collectif
-  Petit collectif isolé
-  Petit collectif organisé
-  Commerces
-  Equipements
-  Activités diverses
-  Grandes propriétés



Source : PLU de Torcy approuvé en 2017 – Espace Ville

Carte de l'occupation des sols



Source : PLU de Torcy approuvé en 2017 – Espace Ville

Carte des monuments remarquables au titre du PLU

- | | | | |
|-----|----------------------------|----------------------|--------------------------------------|
| ★ 1 | Rotonde | ★ 6 | Ancienne Mairie et ancien presbytère |
| ★ 2 | Maison, rue de l'Orangerie | ★ 7 | Ferme du couvent |
| ★ 3 | Croix | ★ 8 | Ferme |
| ★ 4 | Église Saint-Barthélemy | ★ 9 | Château d'eau |
| ★ 5 | Château des Charmettes | ★ 10 | Lavoir |
| | | ⬡ | Maisons remarquables |
| | | ⬡ (rouge pointillés) | Site inscrit : le Moulin des Douvres |

La commune de Torcy regroupe plusieurs édifices remarquables identifiés au PLU. Ces bâtiments sont majoritairement concentrés dans le centre-ville, au niveau du village historique. Ces édifices constituent une partie du patrimoine historique de la commune à préserver. La publicité à proximité doit y être restreinte afin de valoriser ces bâtisses remarquables (château, église, ancienne mairie, ferme, etc...).

La commune possède :

- **1 site inscrit** (le Moulin de Douvres et ses abords)

De plus la commune est située à proximité immédiate du centre ancien de Noisiel (et donc de périmètres de protection des monuments historiques), ainsi que du site classé des vallées des rus de la Brosse et de la Gondoire. Ces différents secteurs bénéficieront d'une attention particulière, au regard de la protection des sites et monuments remarquables.



Anciens réfectoires à Noisiel

La commune de Torcy bénéficie d'un cadre paysager et naturel remarquable constitué de 40 hectares d'espaces verts.

Ces espaces verts sont présents sous différentes formes :

- des espaces verts publics (le parc des Droits de l'Enfant, le jardin de l'îlot central, le parc des Charmettes, la base de loisirs...)
- les étangs du Val Maubuée et leurs espaces verts
- des espaces boisés
- les bords de Marne
- les espaces verts du golf
- les délaissés d'autoroute ou de l'ex-VPN (Voie Primaire Nord)
- les jardins des particuliers
- les arbres d'alignement
- les jardins familiaux

Tous ces secteurs contribuent à l'ambiance végétale de la commune, et à son cadre de vie privilégié. Dans tous les secteurs de parcs, ainsi que les espaces naturels, la publicité peut avoir un fort impact, notamment les dispositifs numériques ou de grands formats.

LA TRAME VERTE ET BLEUE

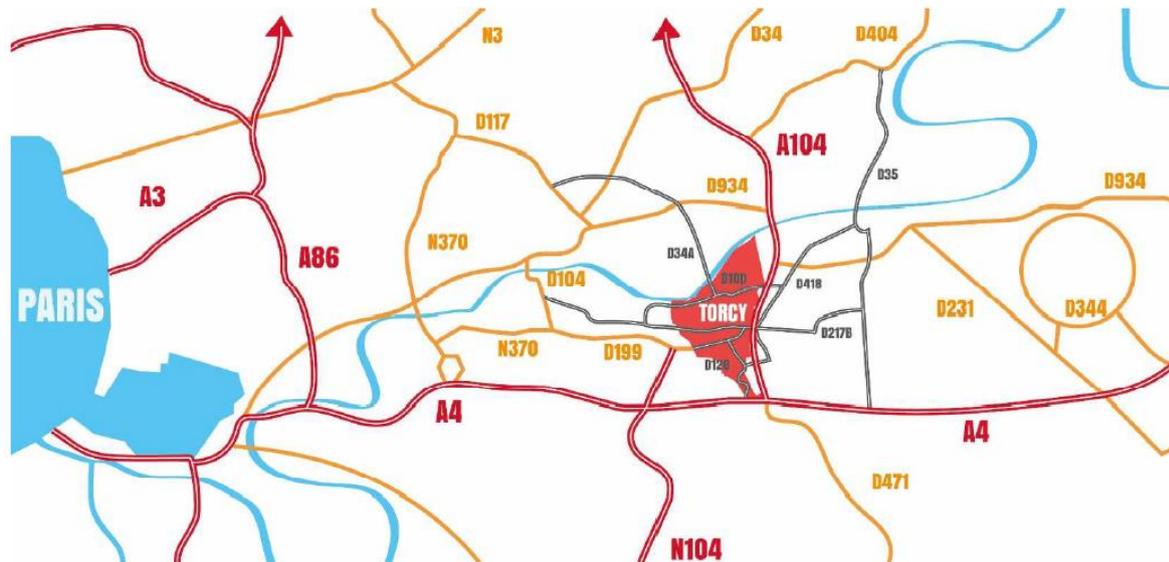
au titre de l'article R.123-11 du Code de l'urbanisme



Source : PLU de Torcy approuvé en 2017 – Espace Ville

III. Réseau viaire

Les grands axes à proximité de la commune :



Source : PLU de Torcy approuvé en 2017 –

La commune de Torcy est traversée par des voies express.

Il s'agit de deux axes routiers structurants à l'échelle régionale :

- L'autoroute A4, au sud de la commune, accessible depuis Torcy via un échangeur
- La Francilienne (A104), à l'est de la commune. Cet axe est accessible depuis Torcy via l'avenue de l'Europe.

Le long de ces axes la publicité scellée au sol est interdite en co-visibilité.

IV. Voies ferrées

La commune est desservie par le RER A, reliant Cergy-le-Haut / Poissy / Saint-Germain-en-Laye à Marne-la-Vallée - Chessy. Cette ligne est surélevée dans la partie Ouest de la commune puis enterrée en partie Est. Des axes la traversent à plusieurs reprises, elle ne constitue donc pas un élément de rupture sur la commune.

Le long de cet axe ferroviaire, bien que plusieurs secteurs puissent être propices à l'implantation de publicités, aucune publicité n'a été recensée.

La gare constitue quant à elle une des portes d'entrées importantes sur la commune. Or le secteur de la gare, à proximité immédiate du centre commercial Bay 1, pourrait être retravaillé pour que les enseignes y soient plus qualitatives.

Chapitre 3 : Le cadre réglementaire de la commune de Torcy

Au regard de la nouvelle réglementation, l’agglomération est soumise à la fois :

- Aux dispositions relatives à la notion d’agglomération/hors agglomération.
- Aux dispositions relatives aux périmètres environnementaux et urbains spécifiques
- Aux dispositions des communes de plus de 10 000 habitants

I. Le seuil démographique d’agglomération

Torcy compte plus de 20 000 habitants, certaines règles s’imposent selon la réglementation nationale :

La commune fait également partie de l’unité urbaine de Paris qui compte plus de 800 000 habitants, ce qui lui offre des règles plus souples, notamment pour l’affichage de dimensions exceptionnelles.

		En agglo		Hors agglo
		-10 000 hab.	+ 10 000 hab.	
Publicité & Pré-enseignes	Publicité au sol	interdite	12m ² max	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicité interdite ▪ Pré-enseignes interdites ▪ Pré-enseigne dérogatoire autorisées (1,5 x 1 m)
	Publicité en toiture	interdite	interdite	
	Publicité numérique	interdite	8m ² max	
	Publicité murale <i>Uniquement sur murs aveugles</i>	4m ² max	12m ² max	
	Publicité éclairée par transparence	4m ² max	12m ² max	
Enseignes	Enseignes en façade	15% ou 25% de la surface	15% ou 25% de la surface	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enseignes autorisées hors agglomération
	Enseigne au sol 1 par voie ouverte à la circulation	6m ² max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	12m ² max + hauteur limitée à 6,5m ou (8m si largeur du dispositif <1m)	
	Enseignes en toiture en lettres découpées	3m de haut max si façade < 15m	3m de haut max si façade < 15m	

Définition INSEE : La notion d'unité urbaine repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. On appelle unité urbaine une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

II. Les périmètres environnementaux et urbains.

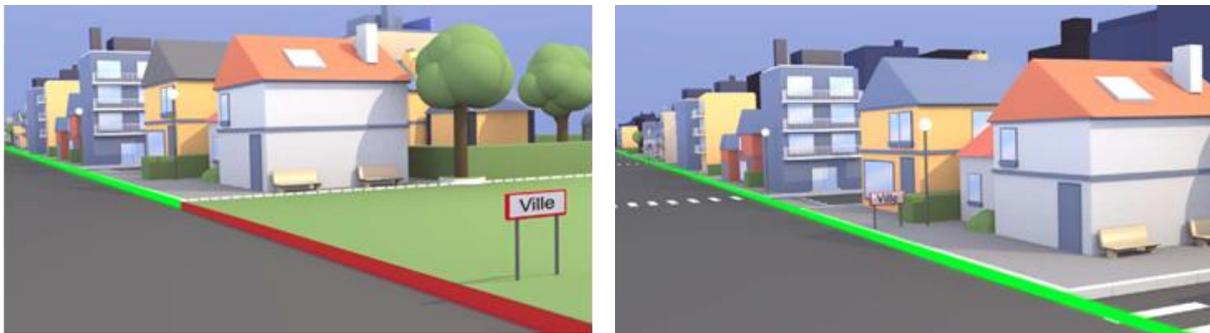
La réglementation nationale de publicité définit des prescriptions spécifiques sur les secteurs suivants :

1. Le périmètre d'agglomération

1.1. Définition de la notion d'agglomération

La notion d'agglomération, au sens du Code de la Route, constitue « l'espace sur lequel sont regroupés des immeubles bâtis et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet, le long de la route qui le traverse ou le borde ».

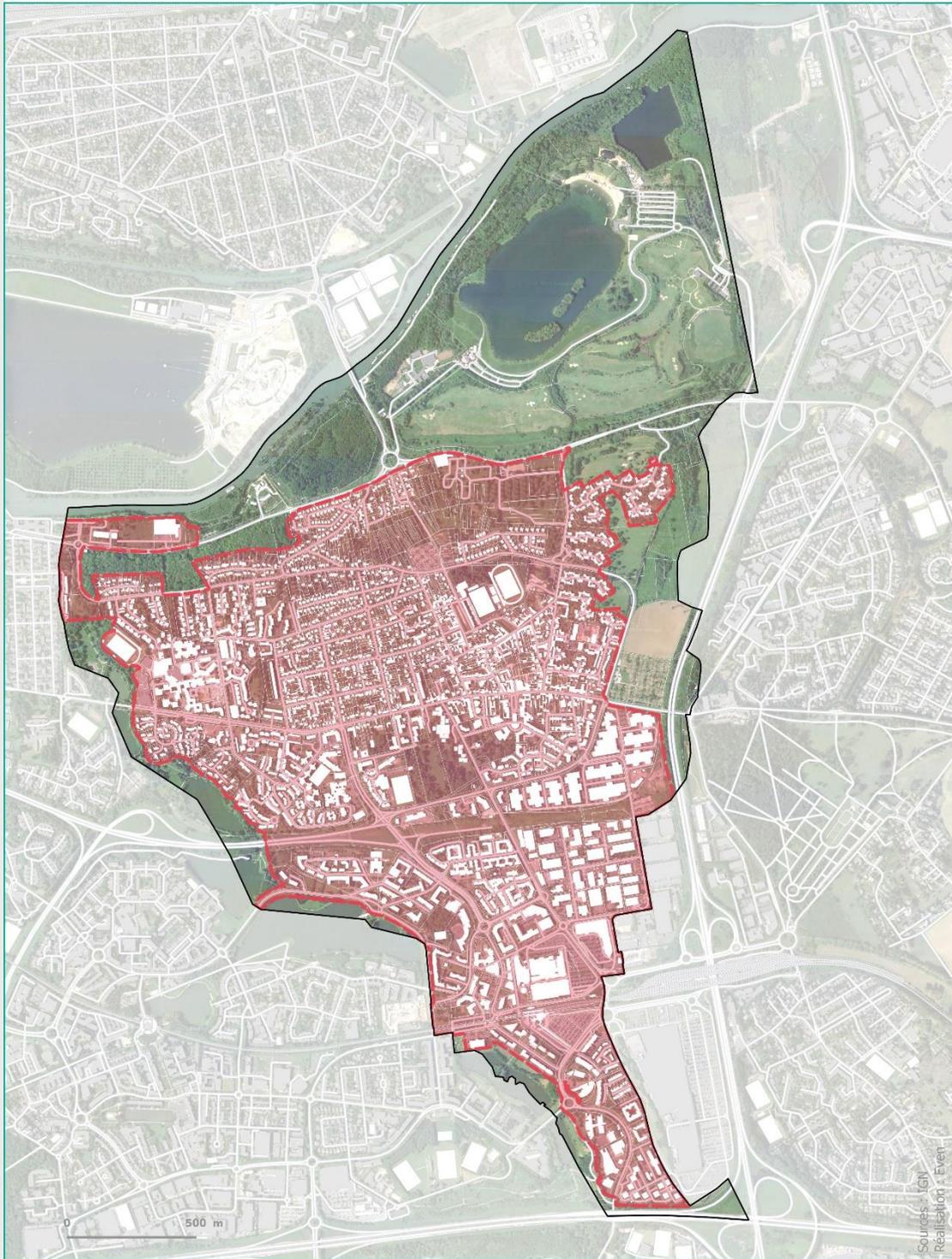
Dans les cas où l'implantation des panneaux d'entrée d'agglomération ne correspond pas aux limites du bâti rapproché, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux et leur positionnement par rapport au bâti.



Extrait du guide de la réglementation de la publicité extérieure

 **TORCY** **LIMITES D'AGGLOMÉRATION**
PARIS
VALLÉE DE LA MARNE

RLP Torcy - Décembre
2010



2. Les périmètres environnementaux réglementaires

- ❖ **Toute publicité (et pré-enseignes) est interdite en dehors des agglomérations (sauf dispositifs dérogatoires)**

- ❖ **Interdictions absolues**
 - sur les MH (classés et inscrits)
 - sur les monuments naturels et dans les sites classés
 - sur un immeuble protégé par arrêté du maire compte tenu de son caractère esthétique, historique ou pittoresque après avis du conseil municipal et de la CDNPS
 - dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles
 - sur les arbres

- ❖ **Interdictions relatives** (il est possible d'y déroger dans le cadre d'un RLP, cette dérogation restant exceptionnelle et argumentée)
 - aux abords des monuments historiques
 - dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables (ex - ZPPAUP, AVAP, secteur sauvegardé)
 - dans les PNR
 - dans les sites inscrits
 - À moins de 500 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4
 - dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
 - dans les Zones de Protection Spéciales et Zones Spéciales de Conservation (= Natura 2000)

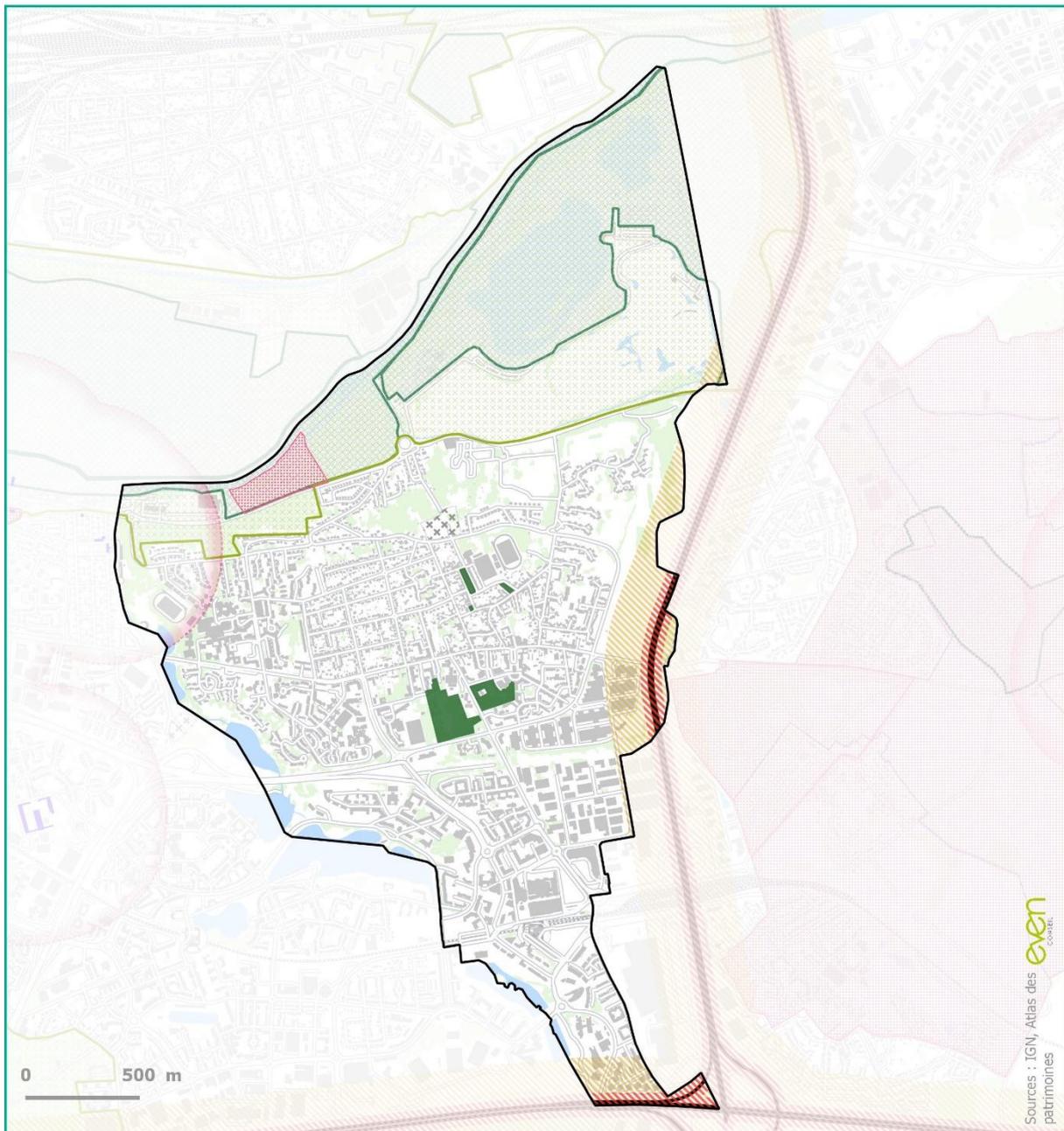
Il est à noter que la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible depuis le monument historique ou visible en même temps que lui et situé dans le périmètre de protection. Il convient de distinguer le critère de visibilité directe : vue depuis la publicité vers le Monument Historique et réciproquement de celui de co-visibilité qui induit l'observation depuis un tiers point permettant de percevoir à la fois le Monument et le dispositif publicitaire.

Plusieurs secteurs font l'objet d'une réglementation spécifique au niveau national.

3. Le patrimoine remarquable : paysages naturels et urbains

La commune de Torcy ne possède pas de monument historique. Cependant, la commune de Noisiel, limitrophe, en possède plusieurs dans sa partie Nord-Est. Les périmètres de 500m autour de ces monuments sont en partie situés sur la commune de Torcy, ce qui constitue des périmètres d'interdiction relative pour la mise en place de publicités.

La loi n°2016-925 du 7 juillet 2016, relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine élargit le périmètre d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques, d'un rayon initial de 100m à **la totalité du périmètre délimité des abords**, qu'il s'agisse d'un périmètre de protection de monument historique de 500m classique, d'un périmètre de protection modifié.



Interdictions absolues

- Sur les monuments historiques (classés ou inscrits)
- Dans les sites classés
- Dans le patrimoine végétal (Article L.151-19)
- ZNIEFF2 (Zone à protéger en raison de la qualité des milieux naturels)

ZNIEFF1 (Zone à protéger en raison de la qualité des milieux naturels)

Dans les zones visibles des Voies express, déviations et autoroutes

- Autoroutes A4 et A104
- 40 m (en agglomération)
- 200 m (hors agglomération)

Interdictions relatives

- Aux abords des monuments historiques (périèmes de protection de 500m périèmes de protection rapprochée)
- Dans les sites inscrits

La commune possède également un site inscrit : le Moulin de Douvres et ses abords.

4. Les abords des autoroutes, voies express, déviation

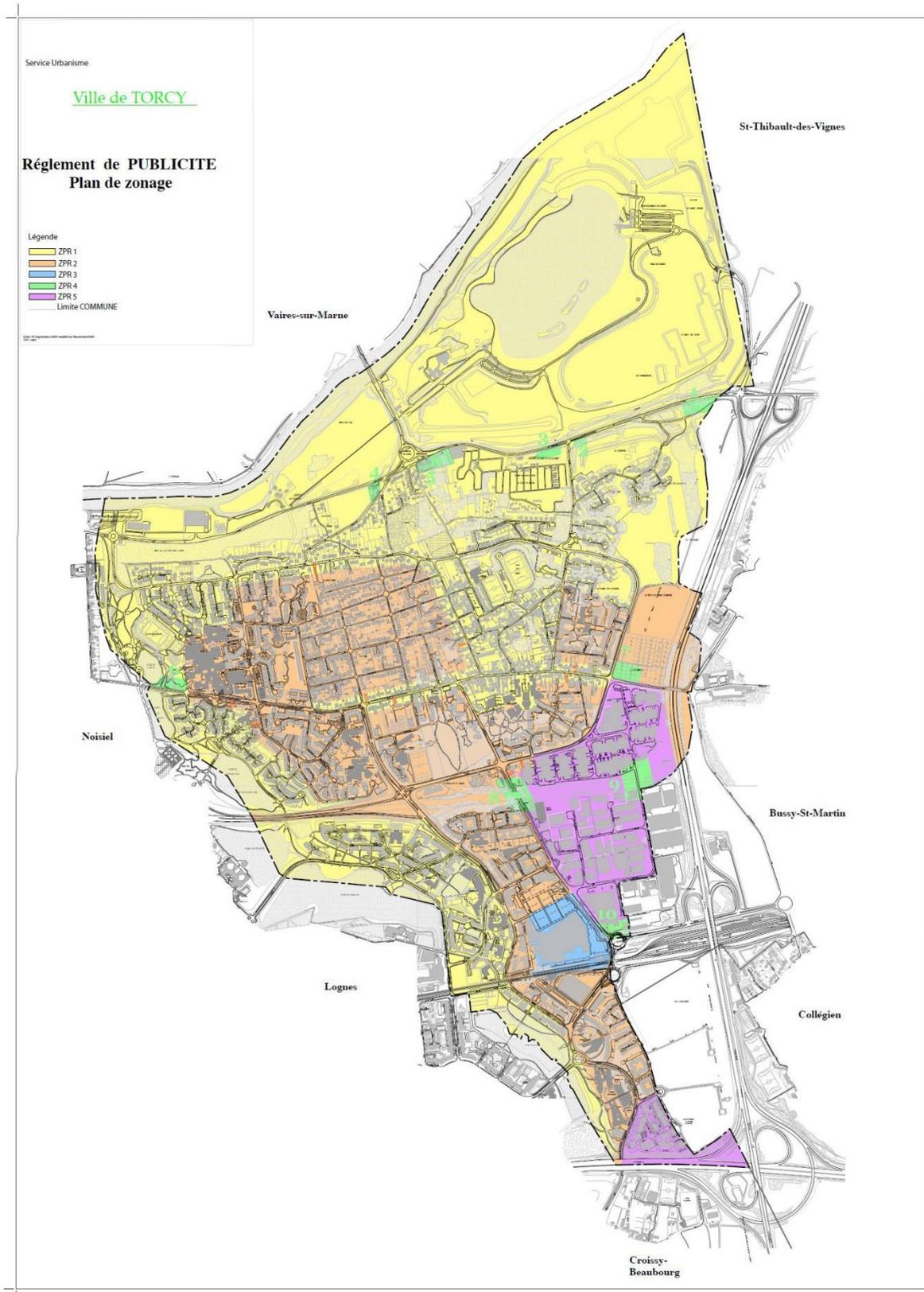
Les abords des autoroutes A4, A104, les bretelles de raccordement à ces autoroutes sont protégées de la publicité, notamment implantée au sol et visible depuis ces axes.

En effet, le code de l'environnement indique : Les publicités scellées au sol sont interdites « *si les affiches qu'elles supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération* » (Art. R.581-31, alinéa 2).

Le Code de la Route précise : « *En agglomération, la publicité, les enseignes publicitaires et pré-enseignes visibles d'une autoroute ou route express sont interdites de part et d'autre de celle-ci, sur une largeur de 40m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée. Hors agglomération [...] sur une largeur de 200m mesurée à partir du bord extérieur de chaque chaussée* » (Art.R.418-7).

Chapitre 4 : Le RLP de 2005

Le RLP en place sur la commune a été approuvé en 2001 et modifié en octobre 2005. Il comprend 5 zones de publicités zonées de la manière présentée ci-dessous :



- La ZPR1 correspond aux secteurs d'espaces naturels et de centre-ville à protéger.
- La ZPR2 correspond aux secteurs non zonés autrement (soit majoritairement des secteurs résidentiels avec des polarités commerciales secondaires)
- La ZPR3 correspond au secteur de Bay 1
- La ZPR4 définit des tronçons routiers autorisant 1 ou 2 publicités par tronçon
- La ZPR5 correspond à la zone d'activités de la commune

Sur ces secteurs la publicité et les enseignes y sont réglementées comme présenté ci-dessous sous forme de tableaux synthétiques :

Zone	Publicité murale	Publicité scellée au sol	Mobilier urbain	Pré-enseigne temporaire
ZPR 1 (Centre et espaces Paysagers)	Interdit	Interdit	8m ²	12m ² 1 / UF
ZPR 2 (Autres secteurs)	8m ² 1 / mur	Interdit	8m ²	12m ² 1 / UF
ZPR 3 (Bay 1)	Interdit	8m ² - 2 / UF 2m ² - 3 / UF (densité supérieure sur la gare RER)	8m ²	Interdit
ZPR 4 (Secteurs routiers)	Interdit	12m ² 1 par secteur	8m ²	12m ² 1 / UF
ZPR 5 (ZA)	12m ² - 1 / UF avec recul de 20m 4m ² - 1 / UF	12m ² - 1 / UF avec recul de 20m 4m ² - 1 / UF	8m ²	12m ² 1 / UF

Zone	Enseignes à plat			Enseigne perpendiculaire			Enseigne en toiture	Enseigne au sol	Enseigne temporaire
	Nombre	Caisson lumineux	Surface	Nombre	Caisson lumineux	Surface			
ZPR 1 (Centre et espaces paysagers)	2 par commerce	Interdit	5m ²	1 par commerce	Interdit sauf translucide	1m ²	Interdit	6m ² 1 / commerce	12m ²
ZPR 2 (Autres secteurs)	1 si activité 2 si habitation	Interdit sauf translucide	8m ²	1 par voie	Interdit sauf translucide	1m ²	1 par façade	6m ² 2 / commerce	12m ²
ZPR 3 (Bay 1)	1 à 25 selon format	Autorisé selon formats définis de 45m ² à 3m ²	De 45m ² à 2,25 m ²	1 par UF		1,20* 1,40m	Interdit	2,50 * 0,60 m	Interdit
ZPR 4 (Secteurs routiers)	2 par commerce	Interdit	5m ²			1m ²	Interdit	2m ² Oriflammes et totems interdits	12m ²
ZPR 5 (ZA)		Interdit					1 par façade	2m ² 1 par établissement	12m ²

Chapitre 5 : Diagnostic publicitaire du territoire

I. Méthodologie pour le recensement

Un recensement détaillé et précis de l'ensemble des enseignes, publicités et pré-enseignes présentes sur la commune été réalisé sur le terrain en mai 2019, photographié et géoréférencé et une base de données établie.

Chaque objet relevé a été qualifié pour réaliser l'analyse des conformités au regard de la RNP, base de l'analyse et de l'évolution à venir pour les RLP.

1.1. Les données ressources utilisées

- Visites de terrain, reportage photographique
- Relevé vidéo (technologie Imagbox)

L'Imajbox : un concentré de technologie



1.2. Le contenu de la base de données

La base de données est constituée d'une couche pour les publicités et pré-enseignes et d'une autre pour les enseignes. Pour chaque dispositif sont renseignés :

- La nature du dispositif (publicité, pré-enseigne, enseigne)
- Son mode d'implantation
- Mesure du format
- S'il est numérique, lumineux, sur bâche (nature particulière)
- Sa conformité ou non à la réglementation nationale et la ou les raison(s) de non-conformité
- La photographie du dispositif

Dispositif publicitaire



JCDECAUX FRANCE

10 B Rue du 4 Août 77200 TORCY

Parcelle cadastrale non renseignée pour ce support

Type de pose : scellée au sol sur terrain

numérique lumineux ou éclairé variable déplaçable

Surface **utile** = 1,15 m x 1,65 m x 1 face = **1,90 m²**

mauvais état sur mur aveugle sur mobilier urbain
 lettre sans fond mur ou égout toit sur abris bus banderole doublon dispositif ville

Hauteur globale à partir du sol : 2,60 m

Déport du bord de la voirie : 0,00 m

Saillie de la façade : 0,00 m

Surface **totale** = 1,25 m x 1,75 m = **2,19 m²**

AFFICHER TOUS LES SUPPORTS DE L'ÉTABLISSEMENT

II. Synthèse cartographique et statistique

1. Données générales

L'objectif de ce recensement est d'identifier :

- dans un premier temps, les dispositifs actuellement non conformes avec la réglementation nationale afin ...

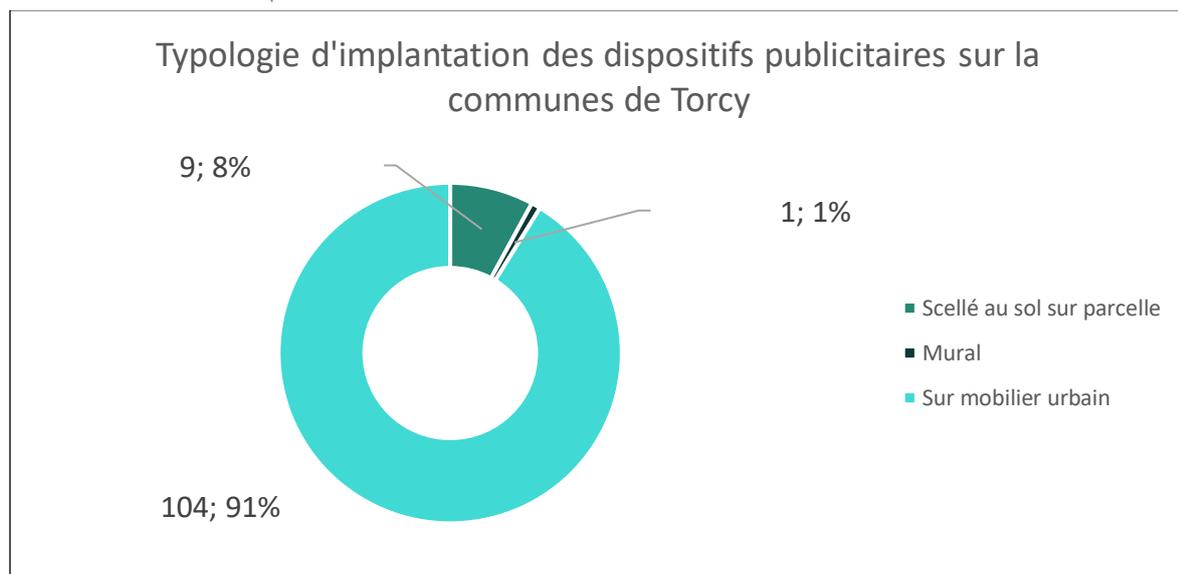
- ... d'identifier dans un second temps les enjeux de la commune à partir des dispositifs conformes uniquement. Le recensement servira alors de base pour identifier les critères actuels de conformité sur lesquels la commune souhaite mener une réflexion et une politique d'action (encadrement potentiellement plus restrictif des modalités d'implantation de certains dispositifs sur certains secteurs).

Sur l'ensemble de la commune, un total de **945 dispositifs** a été analysé.

Parmi ces dispositifs analysés, **823 sont des enseignes** et **122 sont des publicités et pré-enseignes**.

2. Publicités et pré-enseignes

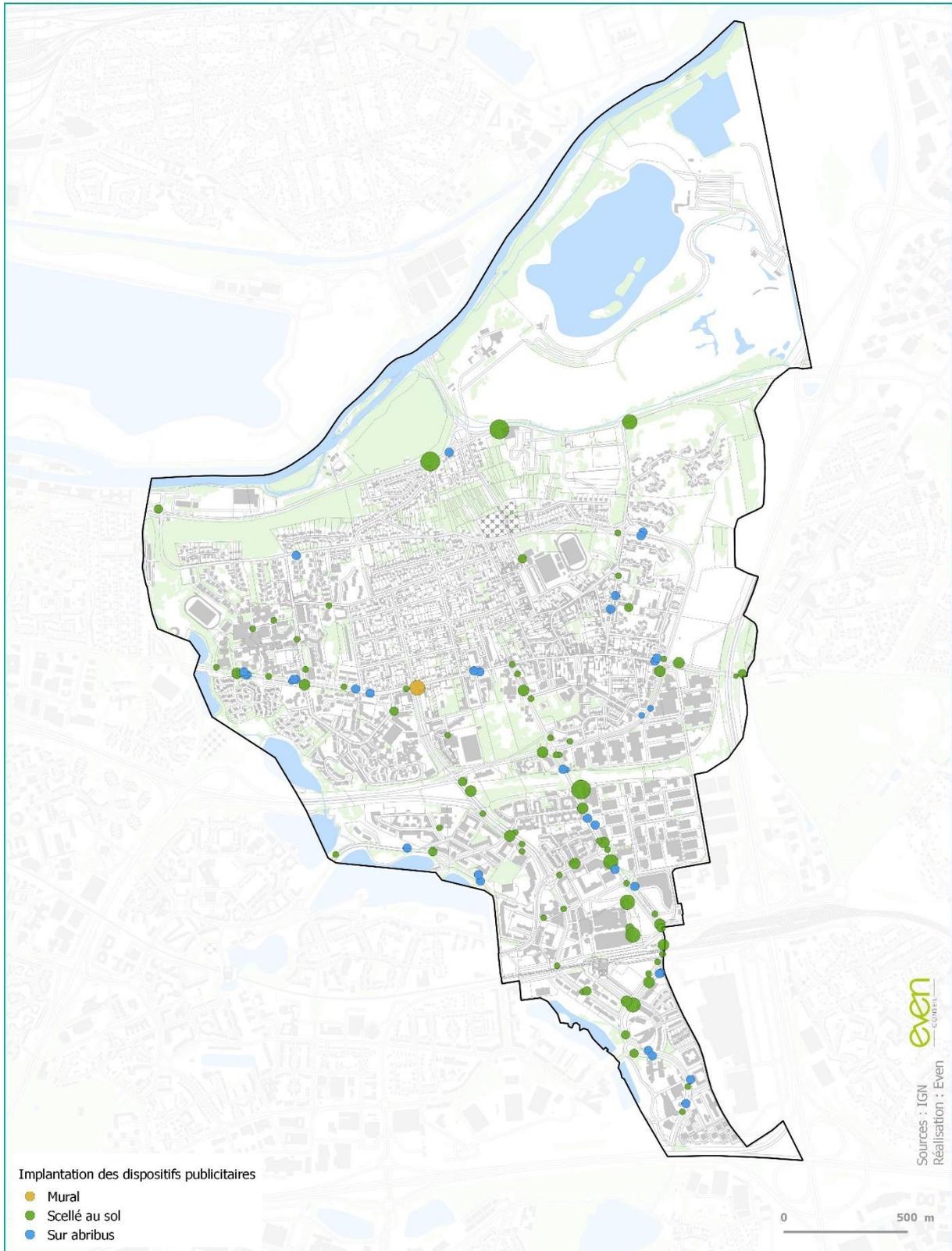
2.1. Nature et implantation

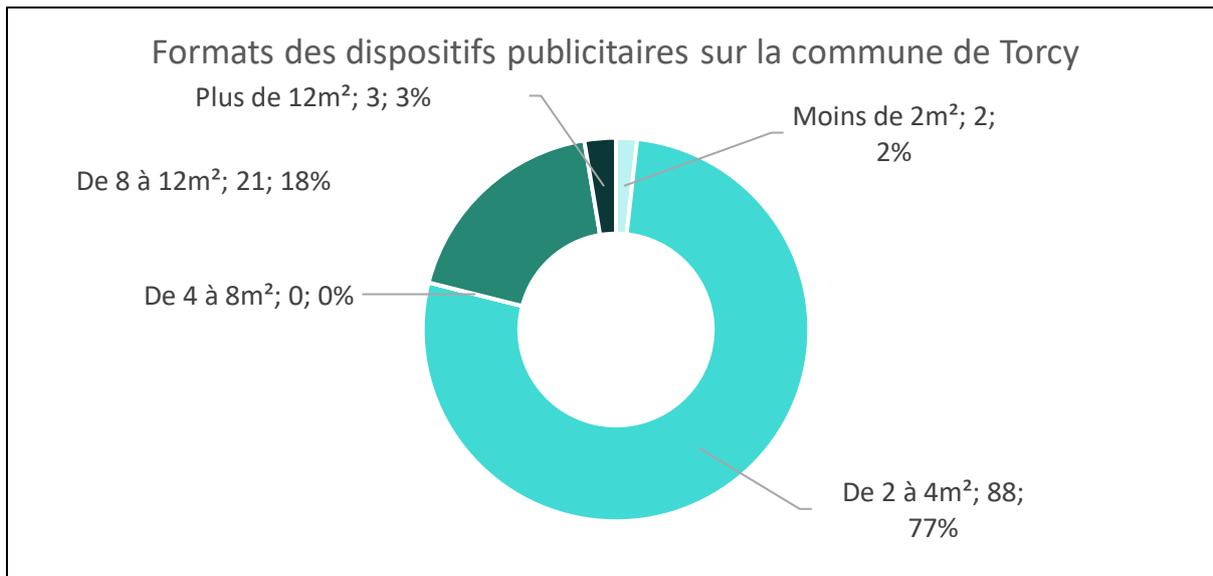


Sur un total de 945 dispositifs, 114 sont des publicités et 8 des pré-enseignes :

Publicités et pré-enseignes sont soumises à la même réglementation en agglomération.

Elles sont pour la plupart implantées sur mobilier urbain le long des principales avenues de Torcy, la D128 et l'avenue de Lingenfeld.



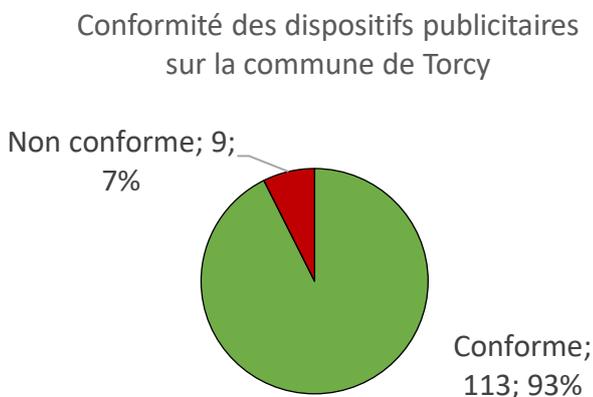


La publicité sur la commune est majoritairement de petit format (inférieur à 4m²) sur l’agglomération de Torcy. Trois dispositifs de plus de 12m² ont été recensés sur des parcelles privées et devront être mis en conformité avec le Code de l’Environnement

2.2. Principales infractions à la réglementation nationale de publicité

Sur la commune, seulement 7% des dispositifs publicitaires ne sont pas conformes au règlement national, ce qui représente 9 dispositifs.

Les raisons de non-conformité des publicités et pré-enseignes sur le territoire de Torcy sont :



Raison de non conformité	Nombre de dispositifs
Surface du support supérieure à 12m ²	4
Support s’élevant à plus de 6m	2
Dans un périmètre d’interdiction relative	1
Support mural dépassant les limites du mur	1
Sur support interdit	2

Il faut noter qu’un dispositif peut faire l’objet de plusieurs non conformités (ex : surface trop importante et trop haut). Le nombre de non conformités n’est donc pas égal au nombre de dispositifs non-conformes.

CARTE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

RLP Torcy - Juin 2019

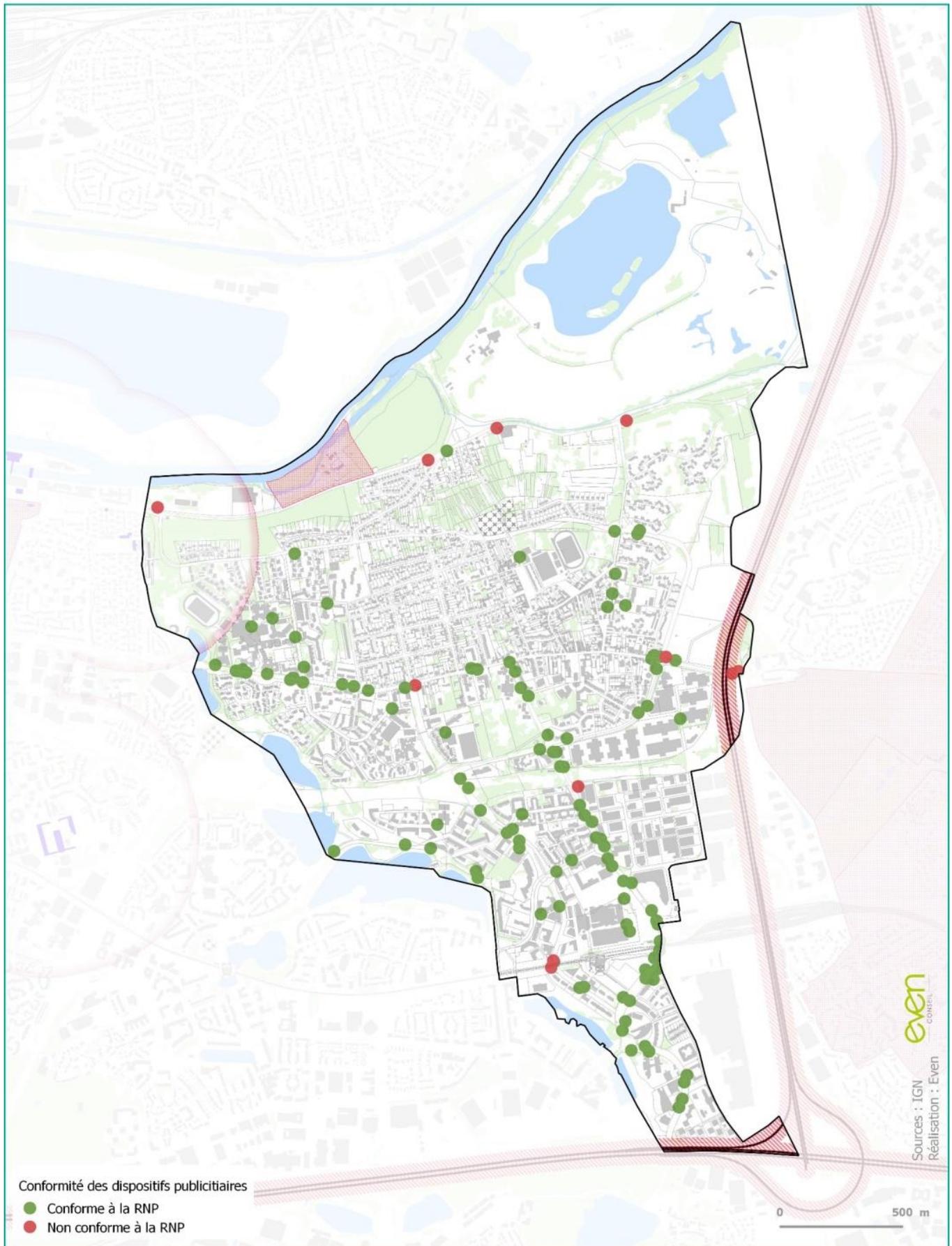


Illustration des principales raisons de non-conformité des publicités sur le territoire de Torcy :

▪ **Surface du support supérieure à 12m² :**

Selon le code de l'Environnement :



« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires **non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent avoir une surface supérieure à 12 m²** », R581-32 Code de l'Environnement.

« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières, **la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 m²** », R581-26 Code de l'Environnement

▪ **Publicité s'élevant à plus de 6m :**



Selon le code de l'Environnement :

« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires non lumineux **scellés au sol ou installés directement sur le sol ne peuvent s'élever à plus de 6m au-dessus du niveau du sol**, R581-32 Code de l'Environnement »

▪ **Publicité sur support interdit**



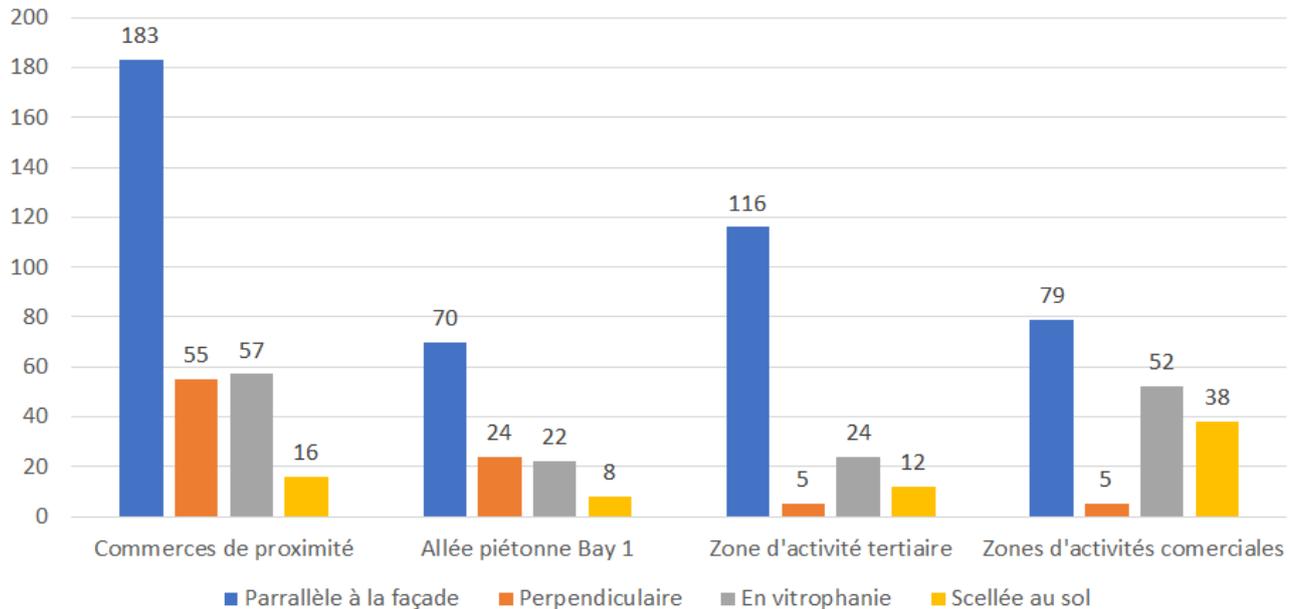
Selon le code de l'environnement :

« **La publicité est interdite sur les poteaux de transport et de distribution électrique**, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne » R581-22 Code de l'Environnement

3. Les enseignes

3.1. Localisation et implantation des enseignes du territoire

Implantation des enseignes selon les différentes typologies commerciales



Selon les secteurs, les typologies d'implantation des enseignes sont assez différentes. Dans les secteurs des commerces de proximité, les enseignes sont essentiellement concentrées sur la façade (parallèles à la façade, perpendiculaires, sur store ou en vitrophanie). *NB : la vitrophanie n'est considérée comme une enseigne qu'à condition d'être située à l'extérieur de la vitrine.*

Dans les zones d'activités commerciales, la typologie principale reste celle parallèle à la façade, mais elle est accompagnée d'enseignes au sol de divers type (panneau classique, totem ou drapeau).

NB : Un chevalet est considéré comme une enseigne s'il est installé : sur l'unité foncière où s'exerce l'activité, ou sur une zone de terrasse ayant obtenue une autorisation d'occuper le domaine public. A défaut il est considéré comme une pré-enseigne.

Synthèse statistique des enseignes sur la commune de Torcy

> Commerces de proximité



> Allée piétonne Bay 1



> Zones commerciales :



> Zone d'activités :



III. Secteurs à enjeux

1. Polarités commerciales de proximité

1.1. Publicités et pré-enseignes

La publicité est présente dans le centre ancien sous forme de mobilier urbain (sucettes et abris-voyageurs) ainsi qu'en périphérie immédiate du centre. Des mobiliers urbains de grands formats sont implantés, ce qui peut être impactant pour la qualité paysagère des abords du centre ancien.



Publicité scellée au sol en limite du centre-ville



Publicité sur mobilier urbain aux abords du centre ancien

Enjeux :

- ❖ Limiter les dispositifs grands formats en entrée du centre-ville
- ❖ Préserver le centre-ville en maintenant de petits formats de publicité

1.2. Enseignes

Les enseignes du centre ancien sont plutôt qualitatives. Cependant, certaines enseignes sont vieillissantes, en mauvais état ou mal adaptées à la façade.



Enseigne en façade sur plexiglas qualitative



Enseignes au sol surnuméraires

Enjeux :

- ❖ Renouveler les enseignes vieillissantes ou peu qualitatives
- ❖ Valoriser les commerces en simplifiant les enseignes
- ❖ Harmoniser le traitement des enseignes entre elles et avec les façades
- ❖ Accompagner la remise en conformité de certaines enseignes



Enseignes mal adaptées aux façades

Dans les autres polarités commerciales, le traitement des enseignes est hétérogène. Dans certains secteurs les enseignes sont plutôt vétustes et/ou peu modernes, tandis que d'autres regroupent des enseignes qualitatives.

Au sein des polarités, la vitrophanie occupe globalement une place importante et recouvre parfois l'intégralité des vitrines.



Polarité commerciale plutôt qualitative et homogène bien que la vitrophanie prenne une place importante

Enjeux :

- ❖ Moderniser les enseignes
- ❖ Harmoniser les enseignes entre elles dans les polarités
- ❖ Préserver le cadre de vie dans les zones résidentielles
- ❖ Améliorer l'attractivité des commerces de proximité



Enseigne peu moderne et dont l'entretien fait défaut



Vitrophanie recouvrant la quasi-totalité de la vitrine

2. Centres commerciaux Bay 1 et Bienvenue

2.1. Enseignes

Les enseignes des centres commerciaux, et plus particulièrement de Bay 1 sont hétérogènes entre l'extérieur et le cœur d'îlot. À l'extérieur, les enseignes sont installées sans harmonisation (taille, forme, couleur, ...) tandis qu'à l'intérieur certains points sont harmonisés (tels que les enseignes perpendiculaires). Cependant, les enseignes sont globalement hétérogènes et certaines ne sont pas en conformité avec le Règlement National.



Devanture recouverte par de la vitrophanie



Enseignes perpendiculaires harmonisées

Enjeux :

- ❖ Mettre en conformité les enseignes au Règlement National
- ❖ Harmoniser les enseignes



Enseignes non harmonisées en façade

3. Axes structurants

3.1. Publicités, pré-enseignes

Les axes structurants de la commune sont relativement préservés. Des publicités de grand format sont présentes, mais peu nombreuses et tous les secteurs sensibles sont plutôt affichés par du mobilier urbain de 2m². En revanche, certaines publicités masquent des panneaux routiers et peuvent donc être gênantes pour la sécurité routière.

Enjeux :

- ❖ Maintenir un niveau d'exigence équivalent dans le futur RLP
- ❖ Préserver les axes à proximité des secteurs de nature



Publicité pouvant limiter la visibilité des panneaux routiers



Axe avec du mobilier urbain de divers formats

3.2. Enseignes

Le long des axes structurants, les enseignes ont pour objectif de capter le regard des automobilistes et sont donc plus voyantes. Globalement sur la commune les enseignes conservent des dimensions raisonnables, y compris le long des axes. Seuls les secteurs autour de Bay 1 et de la zone d'activité sont plus démonstratifs en termes d'enseignes. Dans ces secteurs les commerçants accumulent différentes typologies d'enseignes (parfois en dehors du cadre légal).

Enjeux :

- ❖ Supprimer les dispositifs non-conformes
- ❖ Encadrer les formats des enseignes au sol



Accumulation d'enseignes voyantes : drapeaux, couleurs vives et enseigne en toiture



Enseigne au sol qualitative visible depuis l'avenue Louis Aragon

4. Espaces de nature et secteurs résidentiels

4.1. Publicités et pré-enseignes

Au sein et à proximité des secteurs de nature, la publicité est très limitée. Elle se concentre sur quelques éléments de mobiliers urbains (abris voyageurs essentiellement).

Dans les secteurs résidentiels seuls quelques axes sont impactés par la publicité, mais elle reste très limitée et essentiellement sur mobilier urbain.



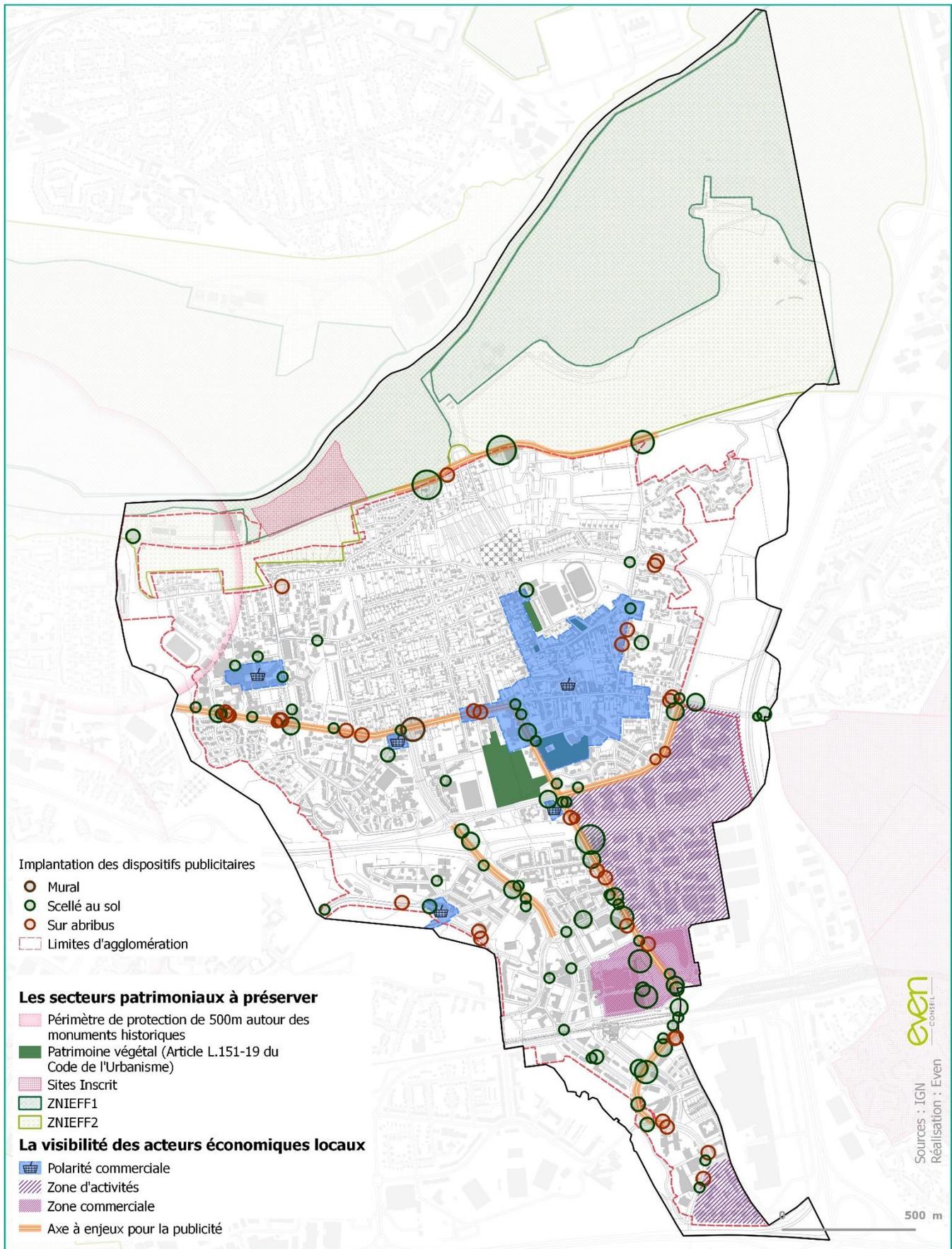
Axe protégé le long de l'étang du Maubuée

Enjeux :

- ❖ Préserver le cadre de vie en maintenant des formats et implantations similaires dans le futur RLP

CARTE DES ENJEUX LIES AU RLP

RLP Torcy - Juillet 2019

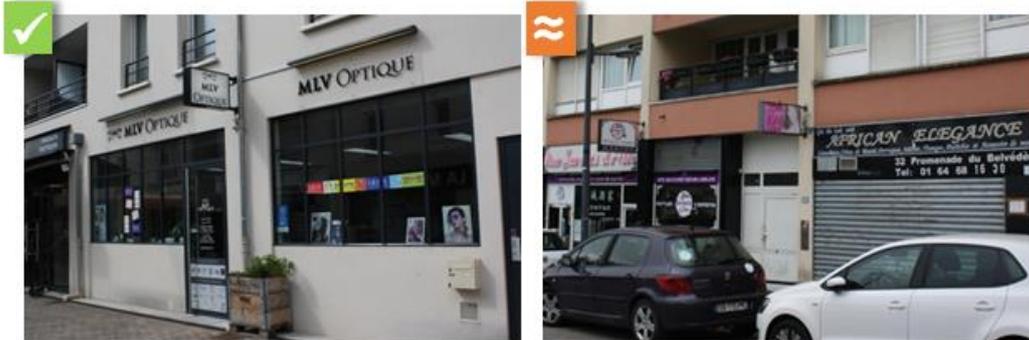


Chapitre 6 : Orientations

ORIENTATION 1 : Mettre en valeur les polarités commerciales par la qualité de leurs enseignes

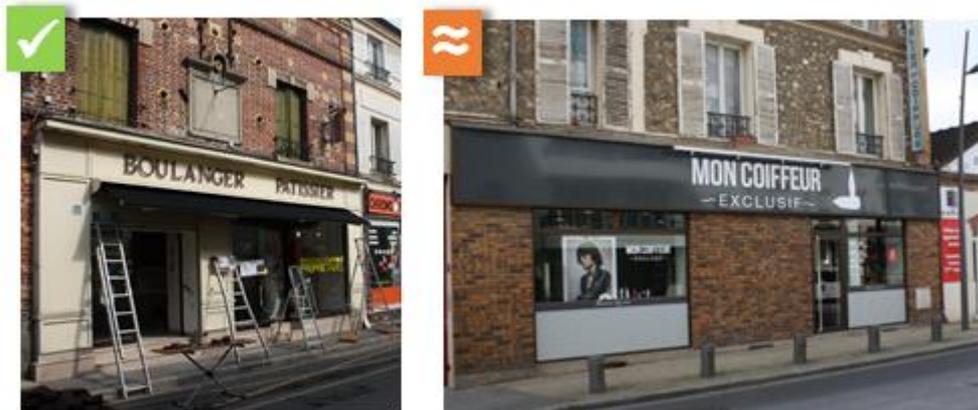
- Favoriser la qualité des enseignes en particulier sur le commerce de proximité

Cette action visera à harmoniser la qualité des enseignes dans l'ensemble des polarités commerciales, et à s'appuyer sur la charte des devantures pour lui donner un cadre réglementaire.



- Permettre une meilleure adaptation des types d'enseignes en fonction des formes urbaines et architecturales

Notamment en fixant des règles d'intégration des enseignes aux rythmes de la façade.



ORIENTATION 2 : Conforter l'attractivité économique et culturelle du territoire

→ Encadrer la communication autour des manifestations / opérations exceptionnelles

En veillant à la conformité des dispositifs à la RNP et en organisant la communication des manifestations temporaires.



Bâches d'informations exceptionnelles

→ Organiser l'affichage en zone d'activités afin de gagner en lisibilité

Il est nécessaire de veiller à la conformité des dispositifs à la RNP, en effet selon le code de l'Environnement :

« Lorsque les enseignes au sol font plus d'un mètre carré, **elles sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes** à la circulation publique bordant l'immeuble où est installée l'activité signalée » (Art. R.581-64, dernier alinéa).

Il faut donc mutualiser les enseignes au sol, et encadrer les enseignes en façade.



Enseignes en façade ne respectant pas la réglementation nationale

ORIENTATION 3 : Protéger le centre ancien et le cadre de vie de la commune

→ Conforter la politique de réduction des dispositifs publicitaires et des pré-enseignes

En abaissant le format maximal des publicités, notamment au sol en passant de 12m² surface totale à 10,50m² (soit 8 m² affiche), sachant qu'actuellement seul le mobilier urbain est réglementé ainsi sur la commune. Cela concernerait 4 dispositifs, actuellement non conformes.



Cette orientation vise aussi à maintenir des secteurs d'interdiction et/ou de contrôle fort des publicités aux abords des grands parcs et sites naturels.

ORIENTATION 4 : Encadrer les nouvelles technologies

→ Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique

Le code de l'environnement ne définissant que peu de restrictions quant à l'affichage numérique (8m² pour les publicités, pour les enseignes le format classique de ces dernières), c'est au RLP d'encadrer ces dispositifs en plein essor dans de nombreuses communes françaises.

→ Lutter contre la pollution lumineuse par une plage d'extinction nocturne étendue

Selon la réglementation nationale : « Les enseignes lumineuses sont **éteintes entre 1 heure et 6 heures**, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsque l'activité cesse ou commence entre minuit et sept heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité » (Art. R.581-59).

Cette plage d’extinction pourrait être étendue (Ex : 23h – 6h). Voir ci-dessous un extrait du code de l’Environnement sur la réglementation de l’extinction nocturne.



Jusqu’à 1 heure, toutes les enseignes peuvent être éclairées.



3 heures, la discothèque est en activité, son enseigne peut être éclairée. Si l’établissement ferme à 4 heures, l’enseigne peut rester allumée jusqu’à 5 heures.



5 h 30, la boulangerie va ouvrir à 6 h 30, son enseigne peut être allumée.



Les dispositions qui régissent les enseignes lumineuses – qui font l’objet de ce guide – ne doivent pas être confondues avec celles qui régissent l’éclairage de l’intérieur des bâtiments sur lesquels ces enseignes sont installées (Art. L.583-1 et s. et R.583-1 et s.).

Chapitre 7 : Justification des choix retenus

I. Motifs de délimitation du zonage

Le diagnostic a mis en évidence différents secteurs à enjeux sur la commune de Torcy : les secteurs de nature, les secteurs résidentiels, les polarités commerciales, les axes majeurs, les zones commerciales et la zone industrielle.

Chacun de ces secteurs a des problématiques d’affichage propre.

Afin de proposer une réglementation adaptée aux spécificités de chaque secteur, cinq zones de publicité ont été définies. Pour chacune de ces zones de publicité (ZP), des prescriptions particulières ont été élaborées. Le RLP prévoit également des dispositions communes à l’ensemble de ces zones.

1.1. ZP0 – Secteurs de nature

La ZP0 concerne les grands parcs de la commune situés à l’intérieur de l’agglomération. Le but de cette zone est d’offrir une protection maximale à ces secteurs sensibles en limitant la publicité aux seuls abris voyageurs et publicités de chantier.

Afin de préserver ces secteurs sensibles, la publicité lumineuse y est interdite sauf sur les abris voyageurs et les enseignes y sont réglementées strictement.

1.2. ZP1 – Secteurs préservés

La ZP1 regroupe des secteurs résidentiels et de polarités commerciales.

L’objectif dans ces secteurs est de limiter la publicité en format, avec un format de 2m² maximal, et en typologie d’implantation avec une interdiction des publicités scellées au sol sur parcelles privées et des publicités murales. Cela a pour but de limiter l’impact de la publicité dans des secteurs animés où les enseignes ont un besoin de visibilité et dans des secteurs résidentiels où l’ombre portée des dispositifs, ainsi que leur luminosité peut porter atteinte à la qualité de vie des habitants.

1.3. ZP2 – Secteurs d’axes

La ZP2 regroupe les axes, en agglomération, les plus circulés de la commune.

Le long de ces axes, les distances de façade à façade sont importantes. Ainsi l’implantation de dispositifs publicitaires de plus grand format (10,50m²) y a un impact similaire à des dispositifs de 2m² dans des rues de centre-ville plus étroites.

De plus les modes de déplacements, majoritairement automobiles, rendent la visibilité des dispositifs de 2m² limitée.

Pour ces différentes raisons, la ZP2 permet d’adapter les formats publicitaires au contexte d’axes larges et circulés.

1.4. ZP3a – Zones d’activités économiques

La ZP3a regroupe la zone industrielle et les zones économiques de la commune (accueillant notamment plusieurs hôtels). Les typologies d’activités présentes dans ces secteurs nécessitent des règles d’enseignes particulières. En effet au sein de la zone industrielle, les enseignes doivent être visibles depuis des voitures et des camions. Cela diffère des autres polarités commerciales de la commune dont les enseignes sont destinées aux piétons.

Des règles d’enseignes plus souples sont donc prévues dans ces secteurs afin de s’adapter au contexte des zones d’activités économiques.

1.5. ZP3b – Zones d’activités commerciales

La ZP3b regroupe les centres commerciaux de Bay1 et Bienvenue (= secteur Conforama). Ces secteurs sont des centres commerciaux dont l’affichage doit être relativement homogène afin de limiter l’effet de surdensité.

Ces ensembles disposent de chartes afin d’uniformiser les enseignes. Une partie de ces formats sont donc rendus réglementaires par la ZP3b du RLP, afin de limiter les dérives et asseoir une certaine harmonie entre les commerçants.

II. Choix retenus pour la partie réglementaire

1. Réglementation des publicités et pré-enseignes

Le Règlement Local de Publicité intercommunal est établi conformément aux dispositions du Code de l'Environnement Livre V, titre VIII relatif à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes et notamment des articles L.581-1 à L.581-45 et aux dispositions des articles R.581-1 à R.581-88.

1.1. Dispositions générales

▪ REINTRODUCTION DE LA PUBLICITE EN SECTEUR D'INTERDICTION RELATIVE

La commune de Torcy est couverte dans sa partie Nord-Ouest par les périmètres de 500m autour des monuments historiques de la commune limitrophe de Noisiel. Cela engendre une interdiction relative de publicité. Dans ces secteurs, le contexte urbain associé à un relief très peu marqué limite les vues lointaines. La forte densité arborée crée un contexte végétal qui participe également à la fermeture de ces vues lointaines. Ainsi, l'absence de vues lointaines permet de supposer qu'une réintroduction de la publicité dans ces secteurs aura un impact très limité sur les monuments de la commune de Noisiel.

Le Règlement Local de Publicité permet ainsi, de façon limitée, la réintroduction de la publicité, quasiment exclusivement sur du mobilier urbain de petit format.

▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES MURALES

Afin de limiter l'impact des publicités murales sur les bâtiments de la commune, plusieurs dispositions visent à améliorer leur intégration.

Un maximum d'une publicité par mur est fixé afin de limiter la surdensité et un recouvrement trop important du bâti par l'affichage.

Une distance d'implantation par rapport aux arrêtes des murs, ainsi qu'une interdiction de masquer des éléments architecturaux par la publicité doit permettre de valoriser les murs les plus travaillés en y limitant la publicité (sans empêcher pour autant l'implantation de cette dernière sur des murs plus simples). La distance par rapport aux arrêtes permettra de maintenir les pierres d'angles visibles.

▪ DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES SCHELLES AU SOL

Concernant les dispositifs scellés au sol, plusieurs dispositions visent à définir des règles esthétiques permettant de valoriser l'aspect global du support. C'est notamment le cas pour l'habillage des éventuelles faces aveugles afin de ne pas voir les pieds nus des dispositifs. De même le fait d'imposer que les dispositifs soient à flancs fermés a pour but de pousser les afficheurs à installer des dispositifs complets et qualitatifs, plutôt que deux dispositifs accolés de manière économique. Les raisons sont les mêmes quant à l'intégration d'un éclairage par transparence. Le but est de

favoriser les dispositifs complets et travaillés tout en limitant l'ajout a posteriori de dispositifs peu esthétiques.

L'interdiction de panneaux en doublons doit enfin permettre de limiter l'impact paysager de la publicité en évitant l'effet de surdensité.

- **DISPOSITIONS LIEES AUX PUBLICITES DE CHANTIER**

La publicité de chantier est aujourd'hui nécessaire au financement de nombreux chantiers. Afin de continuer de développer la commune et ne pas nuire à l'équilibre économique en place, ce type de publicité reste autorisé.

En revanche, les publicités de chantier sur palissade sont limitées en nombre à 2 dispositifs de 12m² maximum, ce qui permet de fixer un cadre légal à ce type de publicité peu encadrée.

- **HORAIRES D'EXTINCTION NOCTURNE**

Les horaires d'extinction nocturne sont étendus de 23h à 6h du matin afin de limiter l'impact de la luminosité sur les habitations environnantes.

1.2. Règles spécifiques à la ZPO

- **PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN**

En ZPO la publicité sur mobilier urbain est interdite en dehors de celle sur abris voyageurs. En effet dans ces secteurs de nature, l'implantation de publicité ne semble pas adaptée.

Cependant l'implantation sur abris voyageurs permet un équilibre financier qui assure un entretien de ces abris pour les voyageurs et l'impact paysager est relativement réduit, étant donné que les abris voyageurs, même dénués de publicités seraient dans tous les cas présents.

- **PUBLICITE LUMINEUSE**

La publicité lumineuse est interdite en ZPO afin de préserver ces espaces de nature. Cette interdiction ne s'applique pas à l'éclairage des abris voyageurs afin de préserver un éclairage sécuritaire.

- **PUBLICITES SCHELLES AU SOL**

En ZPO, la publicité scellée au sol est interdite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés.

- **PUBLICITES MURALES**

En ZPO, la publicité murale est interdite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés.

- **PRE-ENSEIGNES POSEES AU SOL SUR DOMAINE PUBLIC**

En ZP0, les publicités et pré-enseignes posées au sol sur domaine public sont interdites afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés.

1.3. Règles spécifiques à la ZP1

- **PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN**

En ZP1 la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 2m². Dans ces secteurs résidentiels et de polarités commerciales, les distances de façades à façades sont modérées et les déplacements se font principalement à pied. Le format de 2m² doit donc permettre de s'adapter à une visibilité pour le piéton et à un contexte urbain et paysager ne permettant pas l'implantation de grands dispositifs.

- **PUBLICITES SCHELLES AU SOL**

En ZP1, la publicité scellée au sol est interdite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés et limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires.

Une souplesse est définie le long des quais de gare avec l'autorisation d'un à deux dispositifs tous les 60m. En effet, les quais de gare sur la commune sont très peu visible depuis le domaine public. L'atteinte de ces dispositifs publicitaires sur l'environnement urbain de la commune est donc très limité.

- **PUBLICITES MURALES**

En ZP1, la publicité murale est interdite afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés et limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires.

- **PRE-ENSEIGNES POSEES AU SOL SUR DOMAINE PUBLIC**

En ZP1, les publicités et pré-enseignes posées au sol sur domaine public sont autorisées afin de permettre aux commerçants de ces secteurs d'installer des dispositifs, à destination des piétons, tels que leurs menus. Ces dispositifs doivent en revanche répondre à plusieurs critères de format et d'implantation afin de ne pas être gênants sur les trottoirs et de permettre une bonne visibilité des commerces alentours.

1.4. Règles spécifiques à la ZP2

- **PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN**

En ZP2 la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 8m². Le long de ces axes, les distances de façade à façade sont importantes. Ainsi l'implantation de dispositifs

publicitaires de plus grand format y a un impact similaire à des dispositifs de 2m² dans une rue de centre-ville plus étroite.

De plus les modes de déplacements, majoritairement automobiles, rendent la visibilité de dispositifs de 2m² limitée.

- **PUBLICITES SCELLEES AU SOL**

En ZP2, la publicité scellée au sol est interdite afin de limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires.

- **PUBLICITES MURALES**

En ZP2, la publicité murale est interdite afin de limiter l'effet de surdensité dans des contextes actuellement peu impactés par les dispositifs publicitaires.

- **PRE-ENSEIGNES POSEE AU SOL SUR DOMAINE PUBLIC**

En ZP2, les publicités et pré-enseignes posées au sol sur domaine public sont interdites. Le contexte d'axe (aux déplacements majoritairement motorisés) n'est pas adapté à l'implantation de petits dispositifs posés au sol sur trottoir. La communication des entreprises se verra plutôt reportée sur leur parcelle.

1.5. Règles spécifiques à la ZP3a

- **PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN**

En ZP3a la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 8m². Le long des axes et zones d'activités concernées, les distances de façade à façade sont importantes. Ainsi l'implantation de dispositifs publicitaires de plus grand format (8m² de surface utile) y a un impact similaire à des dispositifs de 2m² dans une rue de centre-ville plus étroite.

De plus les modes de déplacements, majoritairement automobiles, rendent la visibilité de dispositifs de 2m² limitée.

- **PUBLICITES SCELLEES AU SOL**

En ZP3a, la publicité scellée au sol est autorisée afin d'offrir une possibilité de communication (autre que celle permise par leurs enseignes) aux activités du secteur. Le format autorisé est identique à celui du mobilier urbain afin de s'adapter aux mêmes contraintes paysagères et de modes de déplacements.

La densité des dispositifs est réglementée afin de conserver une densité publicitaire équivalente à celle présente actuellement sur la commune (dont l'impact paysager reste limité). Ainsi un seul dispositif est autorisé par unité foncière.

- **PUBLICITES MURALES**

En ZP3a, la publicité murale est autorisée afin d’offrir une possibilité de communication (autre que celle permise par leurs enseignes) aux activités du secteur. Le format autorisé est identique à celui du mobilier urbain afin de s’adapter aux mêmes contraintes paysagères et de modes de déplacements.

La densité des dispositifs est réglementée afin de conserver une densité publicitaire équivalente à celle présente actuellement sur la commune (dont l’impact paysager reste limité). Ainsi un seul dispositif est autorisé par unité foncière.

- **PRE-ENSEIGNES POSEE AU SOL SUR DOMAINE PUBLIC**

En ZP3a, les publicités et pré-enseignes posées au sol sur domaine public sont interdites. Le contexte d’axe et des zones d’activités (aux déplacements majoritairement motorisés) n’est pas adapté à l’implantation de petits dispositifs posés au sol sur trottoir. La communication des entreprises se verra plutôt reportée sur leur parcelle.

1.6. Règles spécifiques à la ZP3b

- **PUBLICITE SUR MOBILIER URBAIN**

En ZP3b la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu’à un format maximal de 8m² de surface utile. Le long des axes et zones commerciales concernées, les distances de façade à façade sont importantes. Ainsi l’implantation de dispositifs publicitaires de plus grand format (8m² de surface utile) y a un impact similaire à des dispositifs de 2m² dans une rue de centre-ville plus étroite.

De plus les modes de déplacements, majoritairement automobiles, rendent la visibilité de dispositifs de 2m² limitée.

- **PUBLICITES SCHELLES AU SOL**

En ZP3b, la publicité scellée au sol est autorisée afin d’offrir une possibilité de communication (autre que celle permise par leurs enseignes) aux activités du secteur. Le format autorisé est identique à celui du mobilier urbain afin de s’adapter aux mêmes contraintes paysagères et de modes de déplacements.

La densité des dispositifs est réglementée afin de conserver une densité publicitaire équivalente à celle présente actuellement sur la commune (dont l’impact paysager reste limité). Contrairement à la ZP3a où un seul dispositif est admis par unité foncière, en ZP3b le nombre maximal est porté à 5 dispositifs, dans la limite du respect des règles de densité du Code de l’Environnement (à savoir un dispositif par tranche de 40m linéaire sur rue) afin de s’adapter à des tailles d’unités foncières beaucoup plus grandes qu’en ZP3a.

- **PUBLICITES MURALES**

En ZP3b, la publicité murale est autorisée afin d’offrir une possibilité de communication (autre que celle permise par leurs enseignes) aux activités du secteur. Le format autorisé est identique à celui

du mobilier urbain afin de s'adapter aux mêmes contraintes paysagères et de modes de déplacements.

La densité des dispositifs est réglementée afin de conserver une densité publicitaire équivalente à celle présente actuellement sur la commune (dont l'impact paysager reste limité). Ainsi un seul dispositif est autorisé par unité foncière.

- **PRE-ENSEIGNES POSEE AU SOL SUR DOMAINE PUBLIC**

En ZP3a, les publicités et pré-enseignes posées au sol sur domaine public sont interdites. Le contexte d'axes et des zones commerciales (aux déplacements majoritairement motorisés) n'est pas adapté à l'implantation de petits dispositifs posés au sol sur trottoir. La communication des entreprises se verra plutôt reportée sur leur parcelle.

2. Réglementation des enseignes

2.1. Dispositions générales

▪ ENSEIGNES PARALLELES A LA FAÇADE

Afin d'améliorer l'intégration des différentes enseignes aux façades et d'améliorer la lecture globale du paysage de la rue, plusieurs règles d'intégration par rapport notamment aux rythmes de façade, aux couleurs de l'enseigne et de la façade et aux matériaux employés ont été définies.

Afin de limiter la densité des enseignes présentes en façade, l'enseigne parallèle a été limitée strictement à un positionnement sur la façade (au-dessus de la vitrine et sous le RDC). Ce positionnement imposé permet de limiter le nombre d'enseignes, tout en laissant la possibilité aux commerces ayant un très long linéaire sur rue d'installer plus d'une enseigne dans cet espace dédié.

2.2. Dispositions communes à toutes les zones

▪ ENSEIGNES PARALLELES A LA FAÇADE

La hauteur de l'enseigne prallèle est limitée en proportion à une hauteur de 1/5^{ème} de la hauteur de la devanture commerciale. Cette proportion doit limiter l'impact de l'enseigne sur la façade tout en s'adaptant à plusieurs contextes bâtis.

▪ ENSEIGNES PERPENDICULAIRES A LA FAÇADE

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une par voie ouverte à la circulation publique, avec des dimensions maximales fixée par zone afin de s'adapter aux différents contextes urbains. Une saillie de 0.80m fixations comprises est définie afin d'éviter qu'un commerce ne s'implante très en surplomb de la rue, au détriment des commerces limitrophes.

Afin de faciliter la lecture globale des enseignes au sein d'une même rue, toutes les enseignes perpendiculaires doivent être alignées au bandeau (ce qui revient à les positionner au-dessus de la vitrine et sous la limite du RDC). Cela doit éviter qu'une enseigne s'implante beaucoup plus haut, au détriment des enseignes de part et d'autre.

Un positionnement en limite latérale du commerce est imposé afin que l'enseigne perpendiculaire ne masque pas l'enseigne parallèle.

▪ ENSEIGNES SUR STORE

L'inscription sur store est encadrée. Afin de limiter l'effet de surdensité elle est limitée au lambrequin. Les doublons de message avec l'enseigne parallèle à la façade doivent être évités afin d'éviter l'accumulation du même message lorsque le store est replié.

▪ ENSEIGNES EN ADHESIFS SUR VITRINE

Les enseignes en adhésifs sur vitrine sont limitées en termes de format afin d'éviter l'effet de masque de la vitrine par la vitrophanie. Ainsi les adhésifs doivent être en lettres ou signes découpés pour maintenir une transparence de la vitrine.

▪ ENSEIGNES TEMPORAIRES

La dimension, le nombre et le mode d'implantation des enseignes temporaires sont réglementés en fonction du message qu'elles portent. Les enseignes temporaires à caractère commercial sont limitées à 1 par évènement signalé, ayant chacune une surface maximale de 2m². Cette disposition a pour objectif de limiter la démultiplication de l'affichage temporaire qui s'ajoute à l'affichage permanent avec un contrôle plus complexe.

Concernant les enseignes temporaires immobilières installées en façade, quelques dispositions sur leur nombre, leur format, leur implantation, permettent de maîtriser leur installation, évitant ainsi d'altérer les façades.

Mis à part les enseignes temporaires immobilières, qui ne doivent être installées que pendant la période effective où le bien est à vendre ou à louer, les enseignes temporaires peuvent être installées au plus tôt 2 semaines avant le début de l'évènement signalé et doivent être retirées au plus tard 1 semaine après afin de limiter l'impact de ces dispositifs dans la durée.

▪ ECLAIRAGE DES ENSEIGNES

L'éclairage des enseignes doit être intégré à la devanture commerciale et doit être le moins agressif possible, c'est pourquoi le règlement prévoit un éclairage indirect des enseignes, par rétro-éclairage ou par projection. Les dispositifs type lettres éclairantes sur caisson opaque, lettres boîtiers, barre d'éclairage ou spots intégrés à la devanture sont ainsi conseillés.

L'ensemble des dispositifs dont la lisibilité est limitée en journée (type néons, LED point à point) sont proscrits, ainsi que les dispositifs peu intégrés à la façade (type spots pelles).

▪ ACTIVITES EN ETAGES

Dans le cadre d'activités occupant l'intégralité d'un bâtiment, il est considéré que la majorité des enseignes doivent respecter les règles des activités de rez-de-chaussée. Cependant ces activités peuvent avoir besoin d'être visibles par des personnes en voiture et disposent donc d'une dérogation à la règle de respect du rez-de-chaussée pour leurs enseignes parallèles et perpendiculaires à la façade dans la mesure où ces enseignes sont bien intégrées (c'est-à-dire, sans caisson et avec une dimension proportionnée).

2.3. Règles spécifiques à la ZPO

▪ ENSEIGNES PERPENDICULAIRES A LA FAÇADE

En ZPO la surface de l'enseigne perpendiculaire est fixée à 0,50 m² par face maximum afin de préserver la qualité paysagère des lieux concernés.

▪ ENSEIGNES SCHELLES AU SOL

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZPO, mais sont encadrées afin de limiter leur impact par rapport aux espaces paysagers du secteur.

Leur format est limité à 2m², correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par voie bordant l'activité (y compris enseignes de moins de 1m²) afin de limiter l'effet de surdensité, tout en permettant la communication des entreprises.

- **ENSEIGNES EN CLOTURE**

En ZP0, les enseignes scellées sur clôture sont interdites, car non adaptées au contexte des espaces paysagers du secteur.

- **ENSEIGNES EN TOITURE**

Les enseignes en toiture sont interdites en ZP0, car non adaptées au contexte des espaces paysagers du secteur.

- **ENSEIGNES NUMERIQUES**

Les enseignes numériques sont interdites en ZP0, car non adaptées au contexte des espaces paysagers du secteur.

2.4. Règles spécifiques à la ZP1

- **ENSEIGNES PERPENDICULAIRES A LA FAÇADE**

En ZP1 la surface de l'enseigne perpendiculaire est fixée à 0,50 m² par face maximum afin de s'intégrer dans les polarités commerciales associées et d'uniformiser les différentes enseignes perpendiculaires du secteur.

- **ENSEIGNES AU SOL**

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP1, mais sont encadrées afin de limiter leur impact à l'échelle du paysage de la rue.

Leur format est limité à 2m², correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec la typologie urbaine rencontrée.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par voie bordant l'activité (y compris enseignes de moins de 1m²) afin de limiter l'effet de surdensité, tout en permettant la communication des entreprises.

En ZP1, les enseignes posées au sol sur domaine public sont autorisées afin de permettre aux commerçants de ces secteurs d'installer des dispositifs, à destination des piétons, tels que leurs menus. Ces dispositifs doivent en revanche répondre à plusieurs critères de format et d'implantation afin de ne pas être gênants sur les trottoirs et de permettre une bonne visibilité des commerces alentours.

- **ENSEIGNES EN CLOTURE**

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP1 mais encadrées de manière qu'elles ne soient employées que par les activités souhaitant se signaler sans que leur local ne soit un local commercial. L'objectif est donc que les commerçants emploient des moyens plus valorisants pour signaler leur activité.

Ainsi l'enseigne sur clôture est limitée en format (correspondant au format des affichettes que les artisans utilisent traditionnellement pour se signaler) et ne peut être implanté qu'en l'absence d'une enseigne au sol.

- **ENSEIGNES EN TOITURE**

Les enseignes en toiture sont interdites en ZP1, car non adaptées au contexte de centre-ville et de polarité commerciale.

- **ENSEIGNES NUMERIQUES**

Les enseignes numériques sont interdites en ZP1, car non adaptées au contexte de centre-ville et de polarité commerciale.

2.5. Règles spécifiques à la ZP2

- **ENSEIGNES PERPENDICULAIRES A LA FAÇADE**

En ZP2 la surface de l'enseigne perpendiculaire est fixée à 0,50 m² par face maximum. Ce type d'implantation étant peu utilisé dans les secteurs d'axes, il a été choisi d'adopter un format identique à celui des autres polarités commerciales afin d'uniformiser les enseignes à l'échelle de la ville.

- **ENSEIGNES SCHELLES AU SOL**

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP2, mais sont encadrées afin de limiter leur impact au sein des axes concernés.

Leur format est limité à 4m², afin d'être adaptés à une circulation majoritairement motorisée dans ces secteurs, et donc à une vitesse accrue.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par voie bordant l'activité (y compris enseignes de moins de 1m²) afin de limiter l'effet de surdensité, tout en permettant la communication des entreprises.

- **ENSEIGNES EN CLOTURE**

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP2 mais encadrées de manière à limiter l'effet de surdensité avec les autres enseignes.

Leur format est ainsi limité à 2m² et leur nombre réduit à 1 par voie.

Leur implantation est conditionnée à l'absence d'une enseigne au sol afin de limiter les doublons de message peu qualitatifs à l'échelle de la parcelle.

- **ENSEIGNES EN TOITURE**

Les enseignes en toiture sont interdites en ZP2, car non adaptées au contexte.

- **ENSEIGNES NUMERIQUES**

Les enseignes numériques sont interdites en ZP2, car non adaptées au contexte d'axe.

2.6. Règles spécifiques à la ZP3a

- **ENSEIGNES PERPENDICULAIRES A LA FAÇADE**

En ZP3a la surface de l'enseigne perpendiculaire est fixée à 0,50 m² par face maximum. Ce type d'implantation étant peu utilisé dans les secteurs d'axes et de zones d'activités économiques, il a été choisi d'adopter un format identique à celui des autres polarités commerciales afin d'uniformiser les enseignes à l'échelle de la ville.

- **ENSEIGNES SCELLEES AU SOL**

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP3a, mais sont encadrées afin de limiter leur impact au sein des axes et zones d'activités concernés.

Leur format est limité à 2m², afin de favoriser l'implantation des enseignes en façade, tout en permettant à des activités en retrait de la rue de se signaler.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par voie bordant l'activité (y compris enseignes de moins de 1m²) afin de limiter l'effet de surdensité, tout en permettant la communication des entreprises.

- **ENSEIGNES EN CLOTURE**

Les enseignes sur clôture sont autorisées en ZP3a mais encadrées de manière à limiter l'effet de surdensité avec les autres enseignes.

Leur format est ainsi porté à 4m² et leur nombre réduit à 1 par voie.

Leur implantation est conditionnée à l'absence d'une enseigne au sol afin de limiter les doublons de messages peu qualitatifs à l'échelle de la parcelle.

- **ENSEIGNES EN TOITURE**

Les enseignes en toiture sont autorisées au sein des zones d'activités économiques afin de permettre l'adaptation des enseignes aux nombreuses typologies bâties et commerciales rencontrées au sein de ces zones.

- **ENSEIGNES NUMERIQUES**

Les enseignes numériques sont autorisées pour les ensembles commerciaux en ZP3a. L'objectif de cette autorisation est de permettre de dédensifier les enseignes sur certaines façades commerciales à l'aide d'un média défilant.

2.7. Règles spécifiques à la ZP3b

- **ENSEIGNES PERPENDICULAIRES A LA FAÇADE**

En ZP3b la surface de l'enseigne perpendiculaire est portée à 1,20 m² par face maximum. Dans ces secteurs les enseignes perpendiculaires installées répondent à une charte existante, actuellement respectée. Afin de limiter les dérives et asseoir une certaine harmonie entre les commerçants, le format de la charte a été imposé au RLP.

- **ENSEIGNES SCHELLES AU SOL**

Les enseignes scellées au sol sont autorisées en ZP3b, mais sont encadrées afin de limiter leur impact au sein zones commerciales concernées.

Leur format est limité à 1,5m², correspondant à un format dédié aux piétons, concordant avec les espaces de circulation piétonne à l'abord des activités de ces zones commerciales.

Leur nombre est limité à une enseigne au sol par voie bordant l'activité (y compris enseignes de moins de 1m²) afin de limiter l'effet de surdensité, tout en permettant la communication des entreprises.

- **ENSEIGNES EN CLOTURE**

Les enseignes sur clôture sont interdites en ZP3b afin de favoriser les enseignes chartées en façade et au sol, plus qualitatives à l'échelle des centres commerciaux que les enseignes sur clôture.

- **ENSEIGNES EN TOITURE**

Les enseignes en toiture sont autorisées au sein des zones d'activités économiques afin de permettre l'adaptation des enseignes aux nombreuses typologies bâties et commerciales rencontrées au sein de ces zones.

- **ENSEIGNES NUMERIQUES**

Les enseignes numériques sont autorisées pour les ensembles commerciaux en ZP3a. L'objectif de cette autorisation est de permettre de dédensifier les enseignes sur certaines façades commerciales à l'aide d'un média défilant.